

KARELIA-AMMATTIKORKEAKOULU
Liiketalouden koulutusohjelma

Hannu Salomäki

TERVEYTTÄ EDISTÄVIEN TUOTTEIDEN MARKKINOINTI

Opinnäytetyö
Elokuu 2017



OPINNÄYTETYÖ
Elokuu 2017
Liiketalous

Tikkarinne 9
80220 JOENSUU
013 206 600

Tekijä
Hannu Matias Salomäki

Nimeke
Terveyttä edistävien tuotteiden markkinointi

Tiivistelmä

Opinnäytetyö ideana oli selvittää, kuinka paljon terveyttä edistäviä tuotteita markkinoidaan nuorille, tässä tapauksessa pääsääntöisesti Karelia ammattikorkeakoulun opiskelijoille. Idea opinnäytetyön toteutukseen lähti liikkeelle suorittaessani työharjoittelua Joensuun ECOteekki-lisäravinnemyymälässä.

Työskennellessäni ECOteekissa huomasin, että lisäravinteita ja superfoodeja markkinoidaan nuorille hyvin vähän. Markkinoinnin pääpaino tuntuu olevan hyvin usein aktiivisesti urheilevissa ihmisissä, joiden lähtökohtaisesti odotetaan kiinnostavan enemmän huomiota suorituskyvyn lisäämiseen.

Opinnäytetyö on toteutettu verkkokyselyä hyödyntäen. Kaikille Karelia ammattikorkeakoulun opiskelijoille lähetettiin sähköpostitse viesti, joka sisälsi linkin kyselyyn. Kyselyssä kysyttiin laajasti kysymyksiä lisäravinteiden sekä superfoodien käyttöön, mutta kysely sisälsi myös kysymyksiä vastaajien elämäntapoihin liittyen.

Aihe on minulle henkilökohtaisesti lähellä sydäntä, sillä olen itse hyvin kiinnostunut erilaisten lisäravinteiden ja superfoodien käytöstä ihmisen fyysisen että psyykkisen suorituskyvyn lisäämisessä.

Kieli

suomi

Sivuja 46

Liitteet 1

Asiasanat

Superfood, lisäravinne, terveys, suorituskky



THESIS
August 2017
Degree programme in Business Economics

Tikkarinne 9
80220 JOENSUU
FINLAND

Author
Hannu Salomäki

Title
Marketing of Health Promoting Products

Abstract

The idea of the thesis was to find out how much health-promoting products are marketed to young people, in this case mostly students of Karelia University of Applied Sciences. The idea for the bachelor's thesis was initiated when during the author's internship in the ECOteekki health food shop.

While working in ECOteekki, it was found out that nutritional supplements and superfoods are marketed very little to the young people. The main focus of the marketing seems to be very often sporty people, who in principle are expected to pay more attention to boost their performance.

The thesis has been carried out by using a network survey. An email message was sent to the students of Karelia UAS. The questions were broadly handled the use of supplements and superfoods, but the questionnaire also included questions about the general lifestyle of the respondents.

Language

Finnish

Pages 46

Appendices 1

Keywords

Superfood, supplements, performance, health

Sisältö

1	Johdanto	5
2	Superfoodit ja lisäravinteet	8
2.1	Superfood käsitteenä	9
2.2	Lisäravinteet	12
2.3	Tuotteiden markkinointi.....	14
2.4	Brändi	16
3	Mielikuvat ja tiedon välittäminen	19
3.1	Tiedon välittäminen, vuorovaikutus.....	21
3.2	Asiakaskokemus.....	23
4	Opiskelijat ja lisäravinteet	25
4.1	Älylääkkeet	25
4.2	Superfoodit kognitiivisten kykyjen edistäjinä	26
5	Opinnäytetyön menetelmät ja Tutkimus.....	26
5.1	Tutkimuksen kyselytutkimus	27
5.2	Kyselylomake.....	27
5.3	Kyselylomakkeen sisältö.....	27
5.4	Aineiston keruu	28
5.5	Tutkimuksen otanta	29
5.6	Analysointimenetelmät.....	29
6	Tutkimuksen tulokset	30
6.1	Opiskelijoiden superfoodien ja lisäravinteiden käyttö.....	30
6.2	Opiskelijoiden käyttämät lisäravinteet ja superfoodit	30
6.3	Lisäravinteiden ja superfoodien hyödyllisyys	32
6.4	Lisäravinteiden- ja superfoodien koetut hyödyt.....	33
6.5	Käytetty rahamäärä	35
6.6	Kivijalkamyymälät	35
6.7	Verkkokaupat.....	36
6.8	Nettikaupat.....	37
6.9	Tuotteiden tiedot	37
6.10	Elämäntavat.....	38
7	Johtopäätökset	40
8	Pohdinta	42

Liitteet

Liite 1	Kysely lisäravinteiden ja superfoodien käytöstä
---------	---

1 Johdanto

Lisäravinteet, superfoodit, luomuruoka, fitnessbuumi, biohakkerointi, suorituskyvyn optimointi, stressi ja tehokkuus ovat avainsanoja, jotka linkittyvät vahvasti lisäravinteiden että superfoodien ympärille rakentuneessa kulttuurissa, wikipedia määrittää lisäravinteen käsitteenä näin:

Lisäravinne, lisäravintoaine tai ravintolisä tarkoittaa elintarvikevalmistetta, joka on ravintoaineen tai fysiologisesti vaikuttavan aineen tiivistetty lähde. Ravintolisät ovat yleensä pillereitä, kapseleita, jauheita tai yrttiuutteita. Ravintolisä käytetään täydentämään ruokavaliota esimerkiksi vitamiinien, kivennäisaineiden, kuidun tai rasvahappojen osalta. Niillä voi olla myös elintoiminnallista vaikutusta esimerkiksi ruoansulatukseen, verenpaineeseen tai kolesteroliin. (Piri. 2016)

Tutkimuksen tarkoituksena on selvittää, kuinka paljon Karelia Ammatikorkeakoulun opiskelijat käyttävät lisäravinteita ja superfoodeja tehostamaan mentaalista suorituskykyä.

Idea tutkimuksen toteuttamiseen sai alkunsa syksyllä 2016 suorittaessani työharjoittelua ECOteekki luontaistuotekaupassa, jossa huomasin, että monia superfoodeja ja lisäravinteita ei markkinoida varsinkaan nuorille kovin aktiivisesti. Lisäravinteiden ja superfoodien tuomat kognitiiviset hyödyt ovat yleisesti jo laajassa tietoisuudessa terveys- ja hyvinvointipiireissä, mutta koulumaailmaa nämä tuntuvat harvemmin tavoittavan – tämä tietysti selittyy sillä, että opiskelijoilla on keskimäärin huomattavasti vähemmän rahaa kuin työssäkäyvillä ja kuukausittainen rahabudjetti täytyy optimoida riittämään tarvittaviin elintarvikkeisiin eikä niinkään terveyden tai hyvinvoinnin aktiiviseen ylläpitämiseen.

Ilmapiiri lisäravinteiden ja superfoodien ympärillä Suomessa on muuttunut kuluksen kuuden vuoden aikana paljon. Lisäravinteet ovat jo vuosia olleet aktiiviurheilijoille arkipäivää, mutta vasta muutamien vuosien sisällä aihe on alkanut kiinnostaa myös vähemmän itsestään huolta pitäviä ihmisiä. Suurimpana syynä aiheeseen lienee alati kiihtyvää tahtia muuttuva maailma ja sen tuovat haasteet

– moni kokeekin nykyään, että pelkkä kahvi ei enää riitä täyttämään päivän energiatarvetta.

Monet alkuperäiskansat ja kulttuurit ympäri maapalloa ovat käyttäneet poikkeuksellisen ravintotiheitä kasveja, yrttejä ja ruoka-aineitaan osana lääkintää, uskonnollisia rituaaleja tai shamanistisissa seremonioissa – tästä esimerkkinä mainittakoon vaikkapa raakakaakao (*Theobroma cacao*): Tuhansia vuosia Etelä-Amerikassa Amazoneilla raakakaakao oli intiaanien suurinta herkkua, jota myöhemmin historian saatossa käytettiin mm. Maksuvälineenä ja uhrilahjana. Kaakao tunnettiin intiaanien keskuudessa myös nimellä jumalten ruoka (historia.net. 2011). Tämä on mielestäni hyvin luonnollista, sillä ihmisillä on ollut vahva suhde luontoon kautta historian ja vahvat, oudohkot, voimakastuoksuiset kasvit ovat aina herättäneet huomiomme luonnossa liikkuessamme, hyvänä esimerkkinä myös vaikkapa tupakkakasvi. (Tarvinen. 2013)

Muutaman vuoden sisällä olemme nähneet superfoodien saapumisen lisäravinnemyymälöihimme, kauppakeskuksiimme, lähikauppoihimme, kahviloihimme, ravintoloihimme – täysin uudet ja tuntemattomat yrittäjät, kasvit ja ravintoaineet ovat saavuttaneet tietoisuutemme. Vuonna 2010 ”ravintogurut” Jaakko Halmetoja ja Olli Posti alkoivat saamaan internetissä sekä mediassa paljon huomiota, sillä he alkoivat puhua paljon näiden poikkeuksellisten ravintotiheiden ruoka-aineiden, luomutuotetun ruuan ja lisäravinteiden puolesta, he alkoivat popularisoida esimerkiksi edellä mainittua raakakaakaota suomalaisessa yhteiskunnassa. Posti tuli tutuksi siitä, että hän paransi itseltään MS taudin pääsääntöisesti korjaamalla ruokavaliotaan (Sandström, E. 2015). Tämä herätti monessa vahvoja epäilyksiä, mutta myöhemmin yhä useampi alkoi kiinnostua aiheesta, myös yritysmaailma; Cocovi, Suomen Voimaruoka, Four Sigmatic, Puhdistamo ja Foodin ovat hyvin tunnettuja esimerkkejä kotimaisista lisäravinne & superfood jälleenmyyjistä.

Lisäravinteiden ja superfoodien myynti on ollut Suomessa hyvin nousujohteista jo useamman vuoden ajan ja lisääntyneen myynnin myötä myös yritysten näkyvyys mediassa on kasvanut (Gråsten, H. 2013). Vuoden 2010 jälkeen yhä useampi ihminen on tämän nousevan ilmiön myötä löytänyt ruokavalionsa goji

marjoja, raakakaakaota, kylmäpuristettua kookosöljyä, maca-jauhetta, sinkkiä, magnesiumia, psylliumkuitua ja vaikkapa omega-3 -rasvahappoja tukemaan omaa terveyttä, jaksamista & hyvinvointia. Ilmiö on kansanterveydellisesti hyvin positiivinen, sillä mitä useampi Suomen kansalainen päättää itse pitää huolta omasta terveydestään, sitä harvemmaksi sairaalakäynnit ja sairaaspoissaolot jäävät. (Puska, P. 2016)

Tuotteita siis myydään paljon ja yritykset saavat paljon positiivista näkyvyyttä, mutta markkinointipuoli on jäänyt monella yrityksellä hieman vähäiselle huomiolle. Tuotteita kyllä markkinoidaan aktiivisesti sosiaalisessa mediassa ja alan tapahtumissa, mutta kohdennettua markkinointia ei niin selkeästi toteuteta: erityyppisten tuotteiden markkinointi ei saavuta esimerkiksi koulujen ruokaloita, kahviloita tai muita vastaavia ympäristöjä kovinkaan tehokkaasti. Erilaisilla tapahtumilla voidaan tukea vuorovaikutusta, luoda elämyksiä ja rakentaa näin vahvempaa markkinointiviestintää. Digitaalisen markkinoinnin lisääntyessä ihmiselle kannattaakin vastapainona tarjota myös mahdollisuuksia tavata, keskustella ja jakaa kokemuksia keskenään sekä yrityksen edustajien kanssa (K. Kauppila, 2015, 50, 51).

Lisäravinteista ja superfoodeista keskustellessa on tietysti syytä muistaa, että nämä yritykset kilpailevat melko suurien ravintojättien, kuten vaikkapa Valion ja Fazerin kanssa; esimerkiksi huomattavan paljon pienemmän markkina-aseman omaavalla Cocovilla voisi olla melko suuria haasteita pyrkiä pyörittämään Amican (korkeakoulu ruokalat, Fazerin edustama yritys) rinnalla tai niiden kanssa. Suuremmat ruokateollisuuden myös saattavat kokea nousevat yritykset uhkana vakiintuneelle markkina-asemalleen.

Tämän opinnäytetyön ideana on tehdä tutkimus lisäravinteiden ja superfoodien markkinoinnista nuorille, pääsääntöisesti 18-25 vuotiaat opiskelijoille. Tutkimuksen tarkoituksena on kartoittaa nuorten kiinnostusta aiheeseen ja sitä, kuinka näiden edellä mainittujen alan yritysten markkinointi saavuttaa nuorten tietoisuutta. Aihe on mielestäni hyvin ajankohtainen, sillä laajamittainen, yli tuhat lähdeviitettä sisältävä, ihmisen kokonaisvaltaista terveyttä käsittelevä Biohakkeen käsikirja (kirj. Lääkäri Olli Sovijärvi, ravintoasiantuntija Jaakko Halmetoja ja

teknologia-asiantuntija Teemu Arina) on juuri nyt (marraskuu 2016) julkaistu ja uskon sen avaavan vuodelle 2017 aivan uudenlaisen ajanjakson lisäravinteiden & superfoodien saralla, sillä biohakkeroinnin yksi perusajatuksista on päivittää kaikki se, mitä ihminen arkipäiväisessä elämässään tekee (ravinto, työ, uni, liikunta ja mieli).

2 Superfoodit ja lisäravinteet

Superfood (suom. Superruoka) käsitteenä tarkoittaa poikkeuksellisen ravintotiheää ruokaa jonka ravintoarvot ovat poikkeuksellisen korkeat. Tuhansia vuosia ihmiskunnan historiassa nämä ”ravintomaailman kuninkaat” ovat olleet alkuperäiskansojen voimavaroja haastavissa tilanteissa, lääkinnässä ja shamanistisissa seremonioissa. Intiassa myöhemmin historian kuluessa kehitetty ayurvedinen terveydenhoitojärjestelmä rakentuu hyvin paljon näiden poikkeuksellisen ravintotiheiden yrittien varaan. Aktiivisen popularisoinnin, mainonnan ja lifestylekulttuurin kasvun myötä superfoodeista (ja lisäravinteista) on tullut hyvin suosittuja – osittain myös siksi, että monien superfoodien vaikutus biokemialliseen hyvinvointiin on hyvin voimakas ja selkeä, se saa ihmiset tuntemaan tunteitaan voimakkaammin.

Monesti meistä on vaikeaa selittää, miksi toimimme tietyllä tavalla miksi pidämme jostakin tuotteesta toista enemmän. Voi olla, ettemme yksinkertaisesti tiedä syytä, koska tunteet elävät omaa elämäänsä meidän sitä tiedostomatta. Siksi tunteilla on uskomaton valta; ne työskentelevät kokoajan ja vaikuttavat käyttäytymiseemme, halusimmepa sitä tai emme. (D. Dahlén, 2006, 14-15).

Lisäravinteet, ravintolisät itsessään käsitteenä tarkoittavat tuotteita, joihin on tiivistetty vaikkapa yksi mineraali, vitamiini tai muu vastaava ainesosa, esimerkiksi magnesium yhteen tablettiin. Yleisimmät väittämät lisäravinteista ovat: lisäravinteet voivat sisältää tärkeitä mikroravinteita enemmän kuin tavallinen ruoka, lisäravinteet ovat usein vähärasvaisia, eivätkä pilaannu helposti,

lisäravinteiden sisältö on tiedossa, lisäravinteet sisältävät puhtaita ja saasteettomia ainesosia, lisäravinteet on pakattu helposti kuljetettavaan ja nautittavaan muotoon. Tuotteen lisäravinteeksi määrittely vaihtelee, mutta yleensä lisäravinteena pidetään sellaisia tuotteita, jotka auttavat suorituskyvyn parantamisessa, harjoitusadaptaatioiden optimoimisessa (ts. mahdollisimman hyvän kehityksen aikaansaamisessa), suoritukseen valmistautumisessa, suoritustehokkuuden parantamisessa ja palautumisen nopeutumisessa. Lisäravinteiden tarkoitus voi myös olla, tuotteesta riippuen, yksittäisissä suorituksissa suorituskyvyn lisääminen tai, laajemmassa mittakaavassa, harjoittelusietokyvyn parantaminen. Lisäravinteista voikin olla erityistä hyötyä urheilijalle tai kuntoilijalle, jonka harjoitusmäärät ovat suuret ja tätä kautta kulutus sekä kehon raskustaso ovat korkeat (Evira, 2016).

Lisäravinteita on nykyään paljon, ja määrästä johtuen on usein hankalaa arvioida sitä, onko jostain tietystä lisäravinteesta hyötyä harjoittelulle. Erityisen tärkeäksi tämä kysymys muodostuu silloin, kun sitä pohtii liikunta-alalla työskentelevä henkilö, joka joutuu usein vastaamaan asiakkaiden kysymyksiin suositeltavista ja toimivista lisäravinteista. Lisäravinteisiin tutustuttaessa kannattaakin ensimmäisenä tarkistaa, mitä tutkimustietoa lisäravinteesta on tuotettu. Erityisesti kannattaa seurata, onko tuotetta testattu urheilijoilla tai liikunnan harrastajilla. Tutkimuksia voi vaikkapa selailla PubMed-tietokannasta. Monen lisäravinteiden kohdalla tutkimustietoa ei ole riittävästi, joten mahdollisista pitkäaikais- ja sivuvaikutuksista ei vielä tiedetä (Perkiömäki, E. 2014).

2.1 Superfood käsitteenä

Superfoodeja ensimmäisenä myynyt (vuodesta 2008) ja aktiivisesti popularisoinut yritys Puhdistamo määrittää superfood termin kotisivuillaan seuraavalaisesti:

Superfood tarkoittaa yksinkertaisesti poikkeuksellisen ravintorikasta ja ravinnetiheää ruoka-ainetta, jota pidetään vahvasti terveyttä ja hyvinvointia edistävänä. Superfoodeilla on tunnetusti pitkä kulttuurihistoria ja useampaa niistä (esim.

kaakao) on arvostettu eri puolilla maapalloa jo tuhansia vuosia. Luonnollisessa muodossa olevat ravintoaineet imeytyvät kehossamme tehokkaammin kuin synteettiset ravintolisät. Käyttäessämme ravintorikkaita ruoka-aineita, saamme kehomme tarvitsemat vitamiinit, mineraalit ja hivenaineet, juuri kuten luonto on alunperin ne ravitsemustarkoituksessa suunnitellut. (Puhdistamo, 2016).

“Ruoka olkoon lääkkeesi ja lääke olkoon ruokasi” – Hippocrates

Ajatuksena on, että tietyistä ruuista saa pieninäkin määrinä kehon tarvitsemia ravintoaineita ilman suurta määrää energiaa jota keho joutuisi muuten pilkkoamaan. EU:n alueella on kiellettyä markkinoida ruuan terveysvaikutuksia ilman vankkaa tieteellistä näyttöä (Lamppila, S. 2015).

Superfoodeiksi määriteltyjen ruoka-aineiden luokittelu on haastavaa, sillä klas-sisten (esim. goijmarja, raakakaakao) esimerkkien rinnalle yritysmaailmassa ko-timaiset, poikkeuksellisen ravintotiheät ruoka-aineet kuten nokkonen, karpalo tai mustikka eivät yleensä mahdu tähän samaan kategoriaan, vaikka mustikka itsessään on maailman ravintotiheimpien ruoka-aineiden huippuluokassa niiden sisältäessä poikkeuksellisen suuria määriä ravinto-aineita painoonsa nähden. Keskustelu kotimaisten superfoodien ympärillä on kuitenkin hieman taas aktivoi-tunut, sillä yhä useampi suomalainen on alkanut tajuamaan suomalaisen lu-onnon tarjoaman rikkauden aikaisempaa laajemmassa mittakaavassa (vasara, J. 2015).

Mustikka, karpalo ja puolukka ovat hyviä kuidun lähteitä. Suurin osa marjojen kuidusta on veteen liukenematonta kuitua. Kuidun lähteinä mustikka, karpalo ja puolukka ovat jopa hieman parempia kuin ulkomaiset tuontihedelmät. Musti-koissa, karpaloissa ja puolukoissa on myös vitamiineja ja kivennäisaineita. E-vitamiinia marjoissa on enemmän kuin hedelmissä ja C-vitamiinin lähteinä mar-jat ovat parempia tai lähes yhtä hyviä kuin tuontiomenat, banaani ja tomaatti. Mustikan, karpalon ja puolukan ravintoaineindeksi on samaa suuruusluokkaa kuin appelsiinin, banaanin ja tomaatin ravintoaineindeksi ja huomattavasti pa-rempi kuin omenan ravintoaineindeksi. Koska marjat ovat hyvä vitamiinien ja ki-vennäisaineiden lähde, mutta niissä on vähän energiaa, niiden ravintoainetiheys

on suuri. Ravintoainetiheydellä tarkoitetaan ravintoaineen määrää tiettyä energiamäärää kohti. Suomalaisissa ravitsemussuosituksissa on erikseen suositukset ruoan ravintoainetiheydelle (Valtion ravitsemusneuvottelukunta, 2005).

Nokkosta on pidetty yleislääkkeenä. Sen erinomainen vaikutus pohjautuu korkeaan A- ja C-vitamiinipitoisuuteen. Nokkosen on uskottu auttavan yli 40 eri vaivaan. Viiniin ja hunajaan sekoitetut nokkosen siemenet voivat mahdollisesti taltuttaa yskän. Mielenterveysongelmia on ennen hoidettu piiskaamalla tuoreilla nokkosilla. Kuona-aineita poistavan vaikutuksen takia sitä käytetään reuman hoitoon. Tällöin vaikuttavat aineet ovat histamiini ja asetyylikoliini (MTT, Ekologinen Tuotanto, 2004).

Monet perinteisemmätkin ruoka-aineet, kuten liha, kananmuna, kala voidaan luokitella superfoodien kategoriaan, **Steven Prattin** kirja *Super ruokaa* luettelee superruoka-aineiksi seuraavat: pinaatti, kalkkuna (nahaton rintafilee), kaura, appelsiini, pavut, mustikat, parsakaali, lohi, kurpitsa, soiija, saksanpähkinät, jogurtti, tee ja tomaatti. Kirja havainnollistaa, kuinka häilyvästi superfood-sanaa käytetään (YLE, 2009). Monien käsitys superfood termistä onkin hieman laajentunut vuosien saatossa mikä avaa enemmän ovea laajamittaisempaan ravinto-keskusteluun: superfood termi itsessään on kuin ärsyke joka on laajentanut keskustelua ravinnon ympärillä laajemmaksi kokonaisuudeksi terveydestä. Superfoodeja on markkinoitu rajusti ja läheskään kaikki superfoodeiksi nimetyt tuotteet eivät välttämättä sisällä tieteellistä tutkimuspohjaa. Tämä luo aiheen ympärille vahvan negatiivisen sigman jota on monien on vaikea ohittaa aiheesta keskustellessa – mediasta, internetistä ja sosiaalisesta mediasta löytyy usein juttua siitä, ovatko nämä superfoodeiksi markkinoidut tuotteet välttämättä yhtään sen erikoisempia kuin perinteikkäämmät ruoka-aineet. Superfoodeja ja erikoisempia ruoka-valioita paljon kritisoitu, Mikael Fogerholmin mielestä termi superfood itsessään on turha:

Olisi hölmöä keskittyä yhteen ainoaan marjaan tai yhteen ”superfoodiin”, koska silloin muiden marjojen hyödyt jäisivät saamatta. Tärkeää on syödä monipuolisesti kotimaisia marjoja sekä hedelmiä ja kasviksia. Myös ulkomaisia hedelmiä toki tarvitaan. Superia ovat kaikki terveelliset elintarvikkeet, esimerkiksi kotimaiset marjat, rasvaton maito sekä ruisleipä. Usein nostetaan esiin tuotteita, jotka ovat hyviä, mutta samalla unohdetaan moni muu tuote. Terveys ei

perustu yhteen terveelliseen marjaan, vaan oikeanlaiseen ruokavalioon (K3 Fitness, 2013).

Pitääpä itse superruokana mitä tahansa, on erittäin tärkeää huomata ero tavanomaisen ja luomun/villin välillä: vapaana kasvanut merilohi ja kasvatettu ”kassilohi” tai tavallinen, kemiallisilla torjunta-aineilla kyllästetty tomaatti versus luomutomaatti edustavat kemikaalikuormituksen osalta kahta ääripäätä. <https://www.starletmom.com/fi/eniten-torjunta-aineita-sisaltavat-vihannekset-ja-hedelmat/> Luomutomaattia ehkä voisikin kutsua superfoodiksi, mutta kemiallisesti kasvatettu tehotomaatti on superruokan määritelmästä kaukana. Sama pätee muihinkin ruoka-aineisiin: luomu ja villi on aina ravintoainetäydempi vaihtoehto kuin tehotuotettu.

Superruoka-käsite saattaa ärsyttää niitä, jotka jo ovat valmiiksi perillä esimerkiksi marjojen terveysvaikutuksista – käsite saattaa myös aiheuttaa närkästystä tietyissä tahoissa, joiden elinkeino on turvattuna näiden perinteikkäämpien ravinto-aineiden tiimoilta. Totuus on kuitenkin se, että nykymaailmassa jopa marjat on brändättävä, jotta luonnosta vieraantuneet nykyihmiset saadaan takaisin perusasioiden äärelle. Siinä missä hektistä elämää suorittavat kaupunkilaiset yhä enemmän harrastavat joogaa ja vetäytyvät lomalle askeesiin, täytyy marjojen suosio saada palautumaan nykyisen markkinointikoneiston säännöillä: brändäämällä ne seksikkäiksi. Aivan kuten muussakin elintarvikemarkkinassa, myydään terveellisiä superruokia eri kohderyhmille eri tavoin. Superfood-termi uppoaa tiettyyn kuluttajaryhmään ja sana *mustikka* toisiin. Superfoodien kohdalla on tärkeä muistaa, että ne ovat ruoka-aineita muiden ruoka-aineiden rinnalla ja niitä tulee käyttää lisukkeina, ei omana ruokavalionaan (YLE, 2009).

2.2 Lisäravinteet

Lisäravinteet ovat olleet aktiivisesti liikkuvien ihmisten tietoisuudessa jo pidemmän aikaa. Lisäravinteita on käytetty palautumiseen ja suorituskyvyn lisäämiseen, lisäravinteita käytetään kuuriluontoisesti, aktiivisesti, ennen urheilusuoritusta ja urheilusuorituksen päätyttyä, yleisimpiä lisäravinteita Suomalaisilla lienevät magnesium & omega-3 rasvahapot. Lisäravinteiden suosio on levinnyt

urheilijoiden parista myös vähemmän aktiivisesti liikkuvien pariin, sillä tieto lisäravinteiden vaikutuksesta kehoon ja mieleen laajenee jatkuvasti uusien tutkimustulosten välityksellä. Entistä useampi kuluttaja on havantunut tilanteeseen, jossa terveydentila on jollain tavalla vanhetessa heikentynyt ja alitajuntainen ymmärrys siitä, että asia on hoidettavissa yksinkertaisilla ravintotottumuksien muutoksella löytyy nykyään yhä useammilta (Venäläinen, J. 2013).

Nykypäivänä ihmiset kiinnittävät yhä enemmän huomiota omaan terveyteensä. Koska työ saattaa usein olla kiireistä ja stressaavaa, ei aina ehditä syömään oikein tai monipuolisesti. Lisäravinteet auttavat saamaan lisää energiaa ja tasapainoittavat elimistön toimintaa. Lisäravinteiden kauppa on ollut viime vuosina kovassa kasvussa. Maailmanlaajuisesti se on jo yli 10 miljardin liiketoimintaa. Suomessa toiminnan on arvioitu tuottaneen vuonna 2013 jopa yli 50 miljoonan liikevaihdon. Sen jälkeen alan kasvu on ollut nopeaa. Kasvun todennäköisenä selityksenä on terveys- ja kuntoinnostuksen lisääntyminen kaikissa ikäluokissa. Samaan aikaan on yleistynyt virheellinen käsitys siitä, että normaalista monipuolisesta ruoasta ei saa tarvittavia ravintoaineita vaan tavallisenkin sohvaperunan, saati sitten lenkkeilijän olisi syytä käyttää lisäravinteita harjoittelun tukena (Knuutti, J. 2016).

Lisäravinteita kauppaava FitLine yritys kertoo kotisivuillaan lisäravinteiden käytöstä seuraavanlaisesti:

”Elimistömme ollessa epätasapainossa, saamme tuntea kehosamme erilaisia ”varoitussignaaleja”. Meillä voi olla fyysisiä oireita, kuten ruoansulatusongelmia tai väsymystä. Voimme myös huomata erilaisia tuntemuksia, kuten levottomuutta, passiivisuutta tai masennusta. Tunnistamme usein myös henkisiä oireita, kuten aloitekyvyttömyyttä ja motivaation puute. Usein asiakas tulee luoksemme, kun hän kokee, että mistään aiemmasta hoidosta ei ole ollut apua. Asiakkaan kanssa keskustellaan ja mietitään yhdessä sopivaa keinoa puuttua tilanteeseen. Usein suosittelemme alkajaiseksi käyttöön laadukkaita ravintolisät. Usein ruokavaliomuutoksilla ja ravintolisillä on mahdollista saada häiriintynyt aineenvaihdunta taas oikeille raiteilleen.” (Suhonen, P. 2015)

Selväksi käy siis se, että ravintolisiä käytetään monipuolisesti monenlaiseen ongelmaan tai haastavaan elämäntilanteeseen. Terveysajattelussa on selvästi muutaman, kuuden vuoden sisällä tapahtunut selvä suunnanmuutos varsinkin

nuorien ihmisten parissa; terveys ei enää ole itsestäänselvyys joka käydään korjauttamassa lääkärin vastaanotolla tai poistetaan satunnaisilla antibioottikuureilla, terveyteen ollaan alettu suhtautua vakavemmin.

2.3 Tuotteiden markkinointi

American Marketing Associationin määritelmän mukaan markkinointi on toimintaa, rakenteita ja prosesseja, joilla luodaan, viestitään, tuotetaan sekä vaihdetaan tarjoomia, joilla on arvoa asiakkaille, kumppaneille ja laajassa mittakavassa koko yhteiskunnalle (Definition of Marketing, 2007).

Markkinointi tieteenalana on liiketaloustieteen alue, joka tutkii asiakkaita, kuluttajia, liiketoimintaa ja niiden välisiä suhteita lukuisista eri näkökulmista. Yksinkertaistettuna markkinoinnin päätavoitteena on myydä tuotteita ja palveluita aikaisempaa tehokkaammin. Nykyisin markkinointia ymmärretään ja opetetaan asiakassuhteiden laajamittaisen kehittämisen näkökulmasta. Markkinoinnissa perehdytään sekä kuluttajamarkkinointiin ja organisaatioiden väliseen markkinointiin, että tuotteiden ja palveluiden/ratkaisujen markkinointiin. Markkinoinnissa korostuu digitalisaation vaikutukset asiakkaiden käyttäytymiseen, esimerkiksi verkko-ostamisen ja sosiaalisen median muodoissa, sekä digitalisoitumisen vaikutukset organisaatioiden myynti- ja markkinointistrategioihin (Jyväskylän yliopisto, 2016).

Terveyttä edistävien tuotteiden, lisäravinteiden sekä superfoodien markkinointi perustuu usein hieman abstrakteihin teemoihin, kuten esimerkiksi mielen ja tunteiden kontrollointiin. Tuotteiden ympärille rakentuu myös paljon tarinoita historiasta ja muinaisaikojen uskomuksia, joilla tuotteiden ympärille pyritään rakentamaan tietynlaista taianomaista maailmaa, jossa arkiset huolet, stressi, uupumus tai unettomuus ovat vain muistoja menneisyydestä. Tämä asettaa paljon haasteita yrityksille, mutta myös paljon mahdollisuuksia. Yhä useampi ihminen on alkanut viimevuosina kiinnostumaan enemmän luonnosta ja sen tarjoamista vaihtoehtoista ravinnossa sekä lääkinnässä – tästä esimerkkinä voidaan nähdä vaikkapa vegaanisuus, joka on hyvin kiihtyvää tahtia kehittyvä trendi, vegaanisuus myös kiinnostaa ihmisiä jatkuvasti enemmän maapallon lämpenemi-

sen takia. Kasvisruokailun suosion kasvu on nähtävissä myös Helsingissä opiskelijaruokaa tarjoavassa *UniCafessa*, joskin kampusten välillä on merkittäviä eroja kasvisruuan suosiossa. Viimeisimmän (2010) asiakastutkimuksen perusteella UniCafen asiakkaista lakto-ovo-vegetaristeja oli 15 % ja vegaaneja 4–5 %. Syksyllä 2006 tehdyssä asiakastytyväisyyskyselyssä erikseen vegaanista lounasta ilmoitti syövänsä vain 0,9 % vastanneista (Vegaaniliitto, 2011).

Lisäravinteita ja superfoodeja jälleenmyyvien yritysten asema on liiketaloudellisesti jäänyt hieman alakynteen, kilpailevien yritysten ollessa jättimäisiä ruokateollisuuden suurtekijöitä, kuten edellämainitut Fazer ja Valio. Lisäravinnebisneksessä, verrattuna superfoodeihin tilanne on hieman parempi, sillä alalla on superfood yrityksiä hieman suurempiakin tekijöitä, kuten kotimainen esim. Vogel, joka on toiminut jo vuodesta 1977. Vogel onkin maailmanlaajuisesti hyvin tunnettu luontaistuotteistaan ja niiden tuomista terveydellisistä hyödyistä. Superfood maailman puolella kilpailu on alati kasvavaa varsinkin maailmanlaajuisesti; uusia valmistajia ja yrityksiä tuntuu ilmestyvän lähes viikottain mukaan bisnekseen, myös Suomen mittapuulla uusia yrityksiä vuoden 2010 jälkeen on perustettu useita; isommat tekijät vakiinnuttavat asemaansa, pienemmät yrittävät erottautua uudennlaisella näkemyksellä, tästä esimerkkinä mainittakoon vaikkapa kotimainen Four Sigmatic, joka tuli muutama vuosi sitten markkinoille myymään lääkinällisiä sieniä ja lääkinällisiä yrtejä helppokäyttöisissä yksittäispakkauksissa, vastaavanlaista ei oltu aikasemmin nähty (Four Sigmatic, 2017).

Lisäravinteiden kauppa on ollut viime vuosina rajussa kasvussa. Maailmanlaajuisesti se on jo yli 10 miljardin liiketoimintaa. Suomessa toiminnan on arvioitu tuottaneen vuonna 2013 jo yli 50 miljoonan euron liikevaihdon. Sen jälkeen ala on edelleen nopeasti kasvanut. Luontaistuotteiden Tukku kaupan Liiton toiminnanjohtaja Jukka Ropponen arvio, että alan markkinoiden suuruus on 380 miljoonaa euroa verottomin vähittäishinnoin (Talouselämä, 2015).

Lisäravinteiden ja superfoodien myynti on siis aktiivista ja alati kasvavaa, mikä tarkoittaa, että yhä useampi ihminen saa tietoa tuotteista sekä niiden vaikutuksista. Tunnetut jälleenmyyjät kuten Puhdistamo ja Cocovi markkinoivat tuotteita

aktiivisesti verkkosivuillaan sekä facebookissa, firmat ovat myös paljon mukana terveyden & hyvinvointialan tapahtumissa.

Suomalaiset superfood ja lisäravinneyritykset ovat medioiassa käyneet rehtiä keskustelua tuotteistaan, tämä on näytellyt suurta roolia ihmisten suhtautumisessa tuotteisiin. Cocovin tuoteasiantuntija Jaakko Halmetoja on kiertänyt jatkuvasti ympäri Suomea luennoimassa superfoodien ja lisäravinteiden vaikutuksista ihmisen kokonaisvaltaisessa hyvinvoinnissa. Tunnettuuden rakentamiseen liittyy myös kohderyhmien mielipiteisiin ja asenteisiin vaikuttaminen. Yrityksellä voi hyvillä mediasuhteilla päästä muokkaamaan kohderyhmään asenteita syventemällä toimittajan tuntemusta yrityksen toiminnasta. Erityisesti tämä kannattaa silloin, kun kyse on vieraista asioista tai asioista, jotka on vaikea hyväksyä ja ymmärtää. Suorilla ja rehtihenkisillä keskusteluilla voidaan saada aikaan toimittajan mielipiteisiin tai ennakoasenteisiin muutos tai ainakin ymmärryksen lisääntyminen. Liian avoin viestintä ja aktiivinen julkisuudessa olo saattavat sitoa johdon kädet siten, ettei johto voi tehdä toisenlaisia päätöksiä kuin mitä julkisuudessa on uskallettu lupailla. Koska olosuhteet muuttuvat nopeaa tahtia, pitää yritysten olla valmiita adaptoitumaan uusiin tilanteisiin ketterästi ja ilman, että julkilausumat sitovat joustavaa johtamista ja päätöksentekoa. (Kilpailu- ja kuluttajavirasto, 2013)

Lisäravinteita ja superfoodeja markkinoidaan siis vahvasti omaa fyysistä- että mentaalista suorituskykyä lisäävinä tuotteina, jotka teknologian omaisesti auttavat meitä pääsemään entistä syvemmälle omaan sismipään tahtoomme toteuttaa itseämme. Suomalaisessa, hyvin sulkeutuneessa ja loogiseen ajatteluun perustuvassa kulttuurissa meillä on paljon vaikeuksia käsitellä hieman abstraktimpaan suuntaan nojaavia teemoja joita nämä tuotteet nostavat esille – se on pelkoreaktio siitä, että kaikki tuttu ja turvallinen, vanha & toimiva korvattaisiin uudella mallilla, jonka lupauksiin ei voida täysin luottaa.

2.4 Brändi

Brändi käsitteenä ei ole mikään uusi keksintö. Se johtaa juurensa 1700-luvulle, jolloin sillä tarkoitettiin karjanmerkkiä, jonka avulla eri tilalliset erottivat karjansa

toisista laitumella olevista eläimistä. Brändin sisältö on muuttunut ja kehittynyt, mutta sen merkitys ei ole poistunut. Aina toisinaan on ennustettu brändin kuolemaa, mutta tällä hetkellä brändin tärkeys ymmärretään jälleen (Karjalainen, M. 2009).

Brändi ja muut yritysten aineettomat resurssit ovat monilla toimialoilla nousseet avainasemaan yrityksen taloudellisen arvon perustuessa entistä enemmän tulevaisuuden tuotto-odotuksiin. Vahvan brändin avulla yritys voi vaikuttaa arvomuodostukseen, sillä brändiinvestoinnit vahvistavat onnistuessaan brändin markkina-asemaa ja suojaavat hintakilpailua vastaan. Lisäksi vahva brändi mahdollistaa korkeammat katteet, koska yrityksellä on enemmän vapausastetta tuotteiden hinnoittelussa myös kilpailutilanteessa. Muina brändin tuomina kilpailuetuina voidaan mainita korkea asiakastietoisuus ja -uskollisuus, pienentyneet markkinointikustannukset, jakelutien kiinnostuneisuus ja uusien asiakkaiden houkuttelu. (Karjalainen, M. 2009).

Lisäravinne- ja superfood jälleenmyyjät ovat onnistuttu brändäämään melko onnistuneesti, tämä osittain myös näyttelee isoa roolia itsensä kehittämisen kulttuurin parissa. Tuotteiden ympärille on rakennettu maailma, jossa myydään mielikuvia maailmasta, jossa ihmisen arkipäiväiset ongelmat kuten stressi, unettomuus, ruuansulatusvaivat, aivosumu ja jatkuva uupumus ovat helposti korjattavissa muutamilla yksinkertaisilla ravintotottumusten muutoksilla. Alati kiihtyvää tahtia kehittyvässä maailmassa nämä teemat nostavat päätään yksinkertaisina selviytymismekanismeina tulevaisuutta varten. Tämän tematiikan ympärille brändin rakentaminen on ollut hyvin selkeää lisäravinteita ja superfoodeja kauppaaville yrityksille. Yritysten kasvua ja brändin vahvenemista ovat myös vauhdittaneet toistuvasti pinnalle nousevat uutiset teollisen ruoan vaaroista, sen tuomista ongelmista ja kemikaalikuormituksesta – voidaankin osittain puhua tietynlaisesta saturaatiopisteestä, jossa ihmiset ovat kyllästyneet ruokateollisuuden tarjoamiin ravinneköyhiin ja yksipuolisiin vaihtoehtoihin.

Perinteisesti brändijohtamisessa on keskitytty markkinoinnin suunnitteluun ja toteuttamiseen. Tulevaisuudessa yrityksiltä vaaditaan uudenlaista brändi-ajattelua, joka laajentaa brändien johtamista kokonaisvaltaiseksi viestinnän joh-

tamiseksi. Brändin arvojen, visioiden ja tavoitteiden on ohjattava koko organisaation toimintaa ja viestintää ja työntekijöiden on sisäistettävä, mitä arvoja brändi edustaa & minkälaisia lupauksia se tarjoaa asiakkaalle. Tiivistäen voidaan todeta, että brändi perustuu kahteen kehityskulkuun: Ensinnäkin, koko organisaatio rakentaa brändiä ja toiseksi, brändi itsessään ohjaa organisaation toimintaa ja viestintää. (Karjalainen, M. 2009).

Alalla toimivat yritykset ohjaavat toimintaansa hyvin vahvasti brändin pohjalta. Jaakko Halmetojan tai Jari Mentulan kaltaisten terveys- ja urheilumaailman isojen nimien tuoma viesti ihmisille näiden tuotteiden käytöstä vahvistaa monien kiinnostusta muokata omaa biologiaansa, myöskin mielen toimintaa kehon lisäksi. Mielen toiminta on myös kautta historian kiinnostanut ihmistä hyvin laajamittaisesti aina läpi historian, myöhemmin ihmiskunnan kehityksen kiihtyvässä vauhdissa olemme päässeet käsiksi digitaaliseen teknologiaan joka on mahdollistanut meille asioita kuten internet. Internetin toiminta linkittyy vahvasti mielen toimintaan ja usein puhutaankin tietokoneesta, internetistä tai muista vastaavista asioista termillä ”mielen jatke” – kyvykkyyttä muistaa asioita, jotka ovat päässeet unohtumaan, kykyä organisoida mielessä pyörivät asiat järkevään, helposti luettavaan muotoon, kykyä visualisoida, kykyä kommunikoida uudella tavalla.

Monet lisäravinteet ja superfoodit ovat alkaneet tätä kautta kiinnostaa myös paljon toimistotyötä tekeviä ihmisiä. Brändit ja brändipääoma ovat yrityksen kilpailuvaltteja yrityskilpailun kentällä; ne ovat kilpailuedun ja pitkäkestoisen kannattavuuden keskeinen perusta. Brändi ei ole vain markkinointiviestinnässä käytettävä logo tai iskulausahdus, vaan paljon muuta – brändi voi olla hyvä tarina. Lyhyesti voidaan todeta, että brändi on lupaus tuotteen ominaisuuksista ja arvoista sekä havaintojen kokonaisuus, jolla on selkeä asema asiakkaan tajunnassa sekä kokonaisuuden hahmoittamisessa. Syyt brändin rakentamiseen ovat yrityksen ja sen tuotteiden menestyksen tukeminen. Hyvin toteutettu brändi itsessään tuottaa lukuisia hyötyjä itsessään yritykselle, mutta myös sen asiakkaille monipuolisen tarinansa ansiosta (Törmälä, M. 2016).

Jotta organisaatiossa voidaan käynnistää, kiihdyttää ja hyödyntää tietontuotannon prosesseja, tarvitaan henkilöitä tai ryhmiä, joiden tehtävänä on toimia tiedon luomisen koordinaattoreina ja katalysaattoreina, tiedontuotannon aktivisteina. Nämä toimijat luovat kontekstin, tilan ja mahdollisuuden tiedon jakamiseen sekä luomisen prosessille. Tiedontuotantoaktivistit voivat lisäksi toimia katalysaattoreina ja johdattaa ihmisiä aktiiviseen keskusteluun yrityksen kanssa. Lisäksi he panevat tiedon prosesseja liikenteeseen, koordinoivat projekteja tietonäkökulmasta sekä toimivat ns. Yrityksen puolestapuhujina. He ovat tiedon luomisen olennaisia edistäjiä sekä kehittäjiä (Vehree, 2016).

Tätä vipuvartta terveyttä edistävien tuotteiden jälleenmyyjät ovat aktiivisesti sekä hyvinkin tehokkaasti hyödyntäneet. Toiminta tällä saralla oli ehkä hieman aktiivisempaa vuosina 2009-2011 kun superfoodit tekivät tuloaan kun nyt, vuonna 2016. Nousujohteisessa huumassa käynnistyi virta, joka vetää tänäpäivänä omatoimisesti ihmisiä puoleensa ilman sen suurempaa houkuttelua. Vaikuttaa vahvasti siltä, että yritykset ovat onnistuneet siirtämään tiedon välittämisen ruohonjuuritasolle, jossa käyttäjät jakavat kokemuksiaan tuotteista toisille aktiivisille- sekä vähemmän aktiivisille käyttäjille.

3 Mielikuvat ja tiedon välittäminen

Markkinoinnissa voidaan puhua mielikuvista, imagoista tai brändeistä, millä tarkoitetaan tietoista kuluttajien mielikuviin vaikuttamista. Mielikuvat ovat myös mainonnan ydin. Terveyttä edistävien tuotteiden kohdalla, tuoteselosteet ovat usein melko kattavia. Tuotteista usein kerrotaan, mitä ne ovat, mihin ne vaikuttavat ja kuinka niitä tulisi käyttää (annosmäärä, kuinka usein jne.). Verkko-kaupoissa tuoteselosteet saattavat olla hyvinkin kattavia mikä on melko ymmärrettävää; alati kasvavan informaatiomäärän myötä kuluttajista on tullut hyvin laatu-tietoisia (Joutsela, M. 2016).

Laadukas Ashwagandhauute

SuperLemon Ashwagandha Extract sisältää ainoana raaka-aineena patentoitua ja sataprosenttisen puhdasta KSM-66® uutejauhetta, jota pidetään tällä hetkellä maailman parhaana ashwagandha-valmisteena. Tuote on vesiututettu ja spray-kuivattu, sekä valmistettu pelkästään valmistavan yrityksen omilta farmeilta saatavista laadukkaista juurista, ja mikä parasta, kyseistä raaka-ainetta tutkittiin 14 vuotta ennen kuin se edes lanseerattiin markkinoille. Uutteen withanolidipitoisuus on huomattavasti korkeampi kuin millään muulla ashwagandhauutteella. Tuote myös imeytyy paremmin kuin tavalliset juurista valmistetut jauheet.

Ashwagandha (Withania Somnifera) eli toiselta nimeltään Intian Ginseng on vahva adaptogeeni, jota on käytetty Intialaisessa ayurvedassa vuosisatojen ajan. Tämä yrtti on yksi intialaisen ayurvedisen lääketieteen kulmakivistä ja ayurvedassa sen uskotaan muun muassa vahvistavan stressinsietokykyä, vähentävän levottomuutta, auttavan uniongelmissa edistämällä syvää unta, parantavan muistia ja lisäävän seksuaalista halukkuutta. Sen väitetään myös toimivan anti-inflammatorisesti eli vähentävän tulehduksia, sekä vaikuttavan positiivisesti keskushermostoon että erilaisiin allergioihin. Sen myös uskotaan lisäävän testosteronituotantoa miehillä ja nopeuttavan lihasten palautumista kovien harjoitusten jälkeen. Intiassa ashwagandha-pohjaisia tuotteita käyttävät niin miehet kuin naiset, mutta tuotteita suositellaan ayurvedassa myös lapsille.

Ashwagandha kuuluu withania-sukuisiin koisiokasveihin ja se kasvaa pääosin Intian pohjoisosissa ja sen pohjoispuolella muun muassa Pakistanissa. Ashwagandhan juurista valmistetuista uutejauheista on tehty useita eri kliinisiä kaksoissokkotutkimuksia ja tästä syystä näitä juuria pidetäänkin kaikkein arvokkaimpina osina tätä kasvia. Ashwagandhan lehtien ja marjojen käyttöä on myös tutkittu hieman, mutta esimerkiksi patentoidun KSM-66® uutejauheen valmistuksessa ei näitä ole käytetty lainkaan, vaan pelkästään arvokkaiden juurien osia.

Tästä supervahvasta adaptogeenista pystytään eristämään parhaimmillaan yli 35 aktiivista ainesosaa, kuten erilaisia alkaloideja, saponiineja ja steroidisia laktoneja. Erityisesti ashwagandhan withanolidien pitoisuus on todella korkea. Ashwagandha sisältää myös koliinia, A-vitamiinia, rautaa, kalsiumia, rasvahappoja ja aminohappoja.

Kuviossa 1. Superfoodeja ja lisäravinteita kauppaava SuperLemon kertoo verkkosivuillaan tuotteistaan melko laajamittaisesti. Kuvan teksti on tuoteseloste Rohtokoisio (ashwagandha) yrttiutejauheesta.

Lääkinnällisistä yrteistä (kuvio 1) tai uusimmista lisäravinnesekeituksista on tietysti lähtökohtaisesti aina liian vähän tutkimusnäyttöä; tuotteita jälleenmyyvät ja tuottavat yritykset ovat melko pieniä suurempien lääkeyhtiöiden rinnalla, joka asettaa suuria haasteita tutkimusten toteuttamiseen. Tuotteiden mainnonan kohdalla lupaukset voivat olla toisinaan melko suurehkoja, kuten vaikkapa esimerkkikuvassa tuotteen luvataan parantavan muistia. Vaikka mainoksessa ei suoranaisesti valehdeltaisikaan, esitettävät tiedot ovat usein vajavaisia ja kapeita tai vääristävästä näkökulmasta tuotettuja. Arkisia kuluttajatuotteita mainostettaessa (kuvio 2) vedotaan usein esimerkiksi yritysten teettämiin tutkimuksiin joiden väitetään osoittaneen tietyn tuotteen ylivertaisia vaikutuksia, esimerkiksi vaikkapa väittämä; ”hiukset tulevat 78 prosenttia kiiltävimmiksi tätä tuotetta käyttäessäsi”. Tämänkaltaiset vääristelevät mainossisällöt ovat periaatteista ja ohjeista huolimatta yksi nykymainnon yleisimmistä ongelmista.

Yrityksen menestys rakentuu julkisuudessa. Yrityksen on ensin oltava valokeilassa mediassa, menestyttävä kilpailussa, nauttia huomiosta sekä kulut-

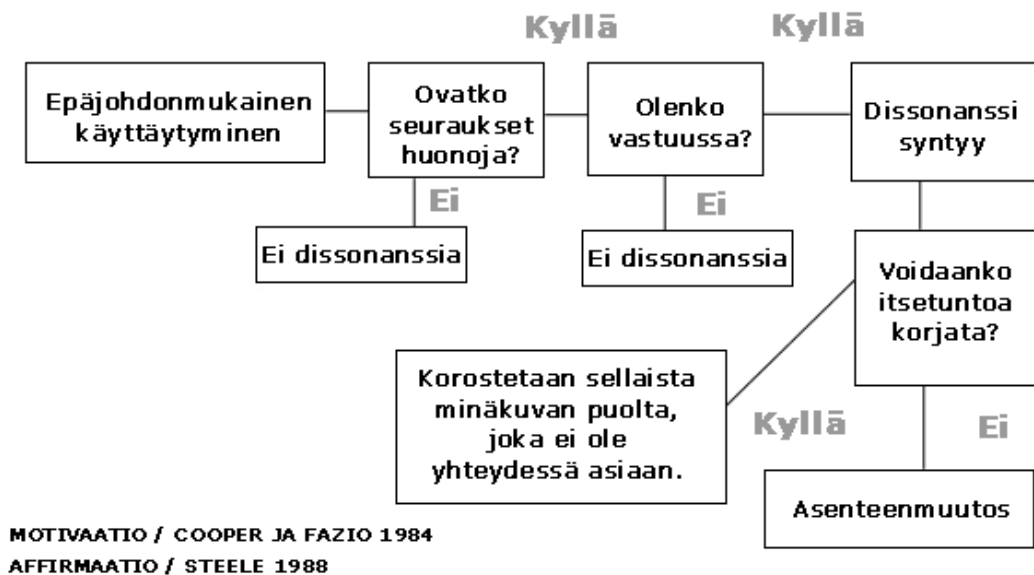
tajien rusaasta kiinnostuksesta. Julkisuus määrittää yrityksen tunnettavuuden kasvua, sekä yritykseen yhdistettyjä mielikuvien muodostumista (Proakatemia, 2017)



Kuvio 2: Mielikuvan rakentuminen asiakkaalle

3.1 Tiedon välittäminen, vuorovaikutus

Ihmisen muistikapasiteetin ollessa rajallinen, emme ole kykyneväisiä muistamaan kuin ainoastaan pienen osan päivän kulusta. Kykymme muistaa erilaisten asioiden aiheuttamia tunteita, on taas hyvin erillainen prosessi. Hyvä vuorovaikutus perustuu kykyymme ilmaista itseämme ja tunteita, sama pätee myös yritysmaailmassa – se kuinka hyvin yritys ja sen ympärillä työskentelevät ihmiset pystyvät ilmaisemaan hyvän olonsa tuotteiden kautta välittyvässä energiasa, sitä suuremmaksi uusien asiakkaiden todennäköinen määrä kasvaa. Uusien tutkimusten ja jatkuvasti kasvavan informaatiotulvan myötä moni alkaa ymmärtää ravinnon merkitystä kokonaisvaltaisessa terveyden ylläpidossa, tässä kohtaa kognitiivinen dissonanssi (kuvio 3) alkaa muodostua.



Kognitiivisen dissonanssin teoria 1990-luvulla

kuviossa 3. Kuvassa epäjohdonmukainen käyttäytyminen voidaan havaita epäterveellisinä elämäntapioina. Kasvavan informaatiotulvan myötä moni ymmärtää, että itsetuntoaan epäterveitten asioiden kanssa on vaikea korjata, jonka takia yhä useampi päättää aktiivisesti korjata asenteitaan ravitsemusta sekä elämäntapoja kohtaan (Ahokas, M. 2010).

Hyvä kommunikaatio yrityksen sekä asiakkaan välillä lisää motivaatiota uudistaa mainontaa, luovuutta päivittää ja lisää tehoa tuottavuudessa. Huono kommunikaatio latistaa tunnelmaa, ja pahimmillaan se lamaannuttaa kaiken tekemisen ja luovuuden. Sanotaan, että kaksi kolmasosaa (tai enemmänkin) kaikesta viestinnästä on non-verbaalista eli sanatonta viestintää. Se voi olla kehonkieltä, jokin tietty asenne, statuksen käyttöä, fyysistä ilmaisua, ilmeitä, tunteita ja ajatuksia. Viestimme paljon sanattomasti ja emme usein ole tietoisia sen vaikutuksia muihin ihmisiin (M. Rantanen, 2016. 76-77).

Lisäravinteita ja superfoodeja kauppaavat yritykset ovat huomioineet tätä varsinkin tunteiden välittämisessä; mainokset (kuvio 4) tuppaa usein olemaan melko värikkäitä, elämäniloisia ja raikkaita, tuotteiden mainonnan on tarkoitus viestiä muutoksen tuulista.



kuvio 4. Suomen Voimaruoka -yrityksen mainos sentrifugoidusta kookosöljystä.

3.2 Asiakaskokemus

Valtaosa yrityksistä kertoo usein olevansa asiakaskeskeisiä, mutta kun asiakkaat saavat sanoa asiasta mielipiteensä, todellisuudessa harva on yrityksen kanssa samaa mieltä. Toimivan tuotteen ja palvelun lisäksi asiakkaan tulisi voida tyytyväisyyden lisäksi tuntea, että hänestä huolehditaan, häntä arvostetaan ja hänen tarpeensa pyritään täytetään merkityksellisesti. Kuluttajistuminen muuttaa myös yritysten välistä kaupankäyntiä. Yritys ei osta mitään, vaan ostajana on aina ihminen, joka toimii silloin, kun hänelle sopii, ei silloin, kun palveluntarjoajalle sopii. Asiakaspalvelu tulisi rakentaa asiakkaiden ostokäyttäytymisen mukaan.

”Hyvä asiakaskokemus syntyy vuorovaikutuksessa: yhtenäisistä viesteistä ja käytännöistä, asiakkaan etua ajavasta palvelusta sekä kanavien ja funktioiden yhteispestä kanavariippumattomasti. Sitä ei voi liimata tuotteen ja palvelun päälle, vaan se lähtee prosesseista. Asiakkaan pitää pystyä tuntemaan asioivansa yhden ja saman yrityksen kanssa riippumatta asiointitavasta.” (Kurvinen, J. 2016)

Superfoodien ja lisäravinteita kauppaavien yritysten kohdalla on ymmärretty oikein se, että liian jyrkät sekä nopeat muutokset saattavat pelästyttää asiakkaita. Uusia tuotteita tuodaan tasaisin väliajoin markkinoille ja vanhojen tuotteiden ilmettä päivitetään aktiivisesti, mutta suurempia muutoksia yritykset eivät hyvin usein tunnu tekevän. Tällä hetkellä eniten hämmenystä alalla tuntuu aiheuttavan MCT-öljy/kapryylihapo: kyseessä on sama tuote samasta lähteestä, mutta kapryylihapo on n. 10€ MCT-öljyä kalliimpaa – se eroaa mct (Medium Chain

Triglycerides) öljystä hieman poikkeavalla valmistusmetodilla. Kapryylihapo sisältää myöskin paljon keskipitkiä rasvahappoja, mutta perinteistä MCT-öljyä vielä enemmän. Moni ei tunnu ymmärtävän näiden kahden tuotteen eroa joka aiheuttaa kuluttajissa suurta hämmenystä, Foodin lanseerasi kapryylihapon markkinoille vuoden 2016 loppupuoliskolla, kapryylihapoa käytetään yleensä osana bulletproof kahvia, jossa idea on lisätä kahviin luomuviljeltyä voita, kookosöljyä/mct-öljyä/kapryylihapoa sekä mausteita & superfoodeja kuten esimerkiksi cayanepippuri, macajauhe, reishi, ceiloninkaneli, raakakaakao ja niin edelleen (foodin, 2016).

Rasvakahvi on mielenkiintoinen ilmiö. Bulletproof coffee on Dave Aspreyn (Toimitusjohtaja, Bulletproof) kehittämä ”superkahvi” jonka ideana on antaa pitkäkestoista energiaa pitkin päivää, kahvin väitetään myös vähentävän kahvin haittavaikutuksia, tehostavan kofeiinin imeytymistä suolistossa sekä poistavan nälän tunnetta. Rasvakahvin suosio kasvoi viime vuonna melko paljon varsinkin Yhdysvalloissa, jossa Asprey itse markkinoi innovaatiotaan aktiivisesti. Suomessa rasvakahvi on saanut paljon huomiota terveys ja urheilupiireissä joissa varsinkin rasvakahvin tuomat rasvanpoltto-ominaisuudet ovat kiinnostaneet monia. Asprey itse mainostaa, että rasvakahvi ja ketogeeninen dieetti (VHH) ovat jopa urheilua tärkeämpiä tapoja pudottaa painoa. Kotimainen koomikko Sami Hedberg ja elämäntapavalmentaja Tomi Kokko ovat hyviä esimerkkejä rasvakahvin popularisoinnin edistäjistä Suomessa. Rasvakahvi onkin oiva esimerkki siitä, kuinka lisäravinne ja superfood kulttuurissa yritykset ja asiakkaat kommunikovat keskenään (Iltalehti, 2016).

Sanomattakin selkeää on, että yritys ei voi tavoitella yhtä aikaa kaikkea mahdollista. Yrityksen kannattaa rakentaa tunnestrategia sekä valita tunnemotiivit, joihin yritys itse uskoo. Yrityksen työntekijöiden on voitava sitoutua yrityksen tapaan toimia ja joka puhuttelee aitoudellaan asiakasta. Siksi kannattaa keskittyä luomaan vankka tunneside asiakkaan & yrityksen välille. Luoda side asiakkaan perimmäisiin motiiveihin ja syvimpiin, jopa aikaisemmin tiedostamattomiin tarpeisiin (Junger, M. 2016)

4 Opiskelijat ja lisäravinteet

Ulkomailla, varsinkin yhdysvalloissa lisäravinteiden, superfoodien sekä älylääkkeiden (nootropics) käyttö on lisääntynyt opiskelijoiden sekä työelämässä olevien nuorten parissa. Tuotteiden suosio rakentuu nopeaa tahtia muuttuvan yhteiskunnan ja nopearytmisen elämän varaan, vaikka elämä 2000 luvulla onkin helpompaa ja turvallisempaa kuin koskaan ennen.

4.1 Älylääkkeet

Älylääkkeiden toiminta perustuu dopamiini välittäjäaineeseen, jonka tarkoituksena on ohjata kaikkea ihmisen toimintaa tuottamalla ihmiselle hyvää oloa. Dopamiini piristää ja lisää energisyyden tunnetta. Välittäjäaine on myös yhteydessä motivaatioon, tehostaa muistamista ja oppimista (Ylioppilaslehti, 2013).

Yhdysvaltojen akateemisten piirien suosikkiälylääkkeiksi ovat nousseet ADHD:n hoidossa tunnetusti käytetyt amfetamiinijohdannaiset metyyliifenidaatti (Ritalin) ja deksamfetamiini (Adderal), psykostimulantti pirasetami (Nootropil) sekä modafiniili-niminen stimulantti (Provigil). Vuonna 2005 Yhdysvaltalaisten yliopisto-opiskelijoiden keskuudessa suoritettu tutkimus paljasti, että seitsemän prosenttia opiskelijoista käytti älylääkkeitä opiskelun tukena. Ivy Leaguen huippuyliopistot Harvard, Yale, Columbia ja Princeton ovat saaneet maineen älylääkkeiden suurkuluttajina. Tutkimus paljasti myöskin, että yliopistojen tutkijat sieppailevat nootropiineja tehostaakseen suorituskyykyään (Pettersson, M. 2010).

Oxfordin yliopiston filosofian laitoksen älylääkkeisiin erikoistunut tutkija Anders Sandberg kertoo, että lääkkeiden käyttö on arkipäivää:

"Jotkut käyttävät hyvin mietoja nootropiineja ja piristeitä, kuten nikotiinipurukumia. Useimmat ovat ainakin kokeilleet älylääkkeitä. Itse käytän modafiniilia silloin, kun on pysyttävä kireässä aikataulussa, skarpattava tutkimuksen loppuunsaattamisessa tai pysyttävä vireänä konferensseissa. Kokeilin amfetamiinipohjaista Adderallia, mutta se nosti verenpainettani. Ongelmani älylääkkeiden kanssa on se, etteivät ne sovi yhteen ankaran stressin kanssa – ja juuri stressitilanteissa niitä tarvitsisi eniten!" (Pettersson, M. 2010)

Suomessa älylääkkeiden käyttö ei ole niin laajaa kuin Yhdysvalloissa. Suomessa monet nootropiinit ovat tarkoitettuja vain esimerkiksi ADHD keskittymishäiriöstä kärsiville. Yhdysvalloissa valtaosa kognitiivisia kykyjä tehostavat lääkeaineet ovat melko helposti saatavilla lääkäreiden kautta. Superfoodit ja lisäravinteet vaikuttavat voimakkaasti myös aivojen toimintaan – tunnetuin mentaalista & fyysistä suorituskkyä tehostava aine on kahvi, joka on maailman käytetyin stimulantti (= Piriste, elintoimintoja kiihdyttävä, keskushermostoa stimuloiva aine) (Leppänen, M. 2015).

4.2 Superfoodit kognitiivisten kykyjen edistäjinä

Osa superfoodeista voidaan laskea suoraan piristeiden pariin. Raakakaako sisältää paljon tryptofaania (serotoniinin esiaste) sekä teobromiinia joka vaikuttaa ihmiskehossa kofeiinin kaltaisesti. Guarana sisältää suuria määriä kofeiinia, Mucuna paljon L-dopaa (dopamiinin esiaste), adaptogeenit tukevat kehon toimintaa ja selkeyttävät mieltä (Nootriment Editorial Staff, 2015).

5 Opinnäytetyön menetelmät ja Tutkimus

Opinnäytetyön tutkimus toteutettiin sähköisesti internetin välityksellä lähettämällä kaikille koulun opiskelijoille linkki sähköiseen kyselykaavakkeeseen. Tarkoituksena oli selvittää karelia ammattikorkeakoulun opiskelijoiden suhtautumista lisäravinteisiin ja niiden markkinointiin.

Pelkästään jo sen tiedon selvittäminen, miksi asiakkaasi osti palvelun tai tuotteen voi tuottaa monelle yllättäviä vastauksia. Tämän selvittäminen ei vaadi usein mitään muuta kuin suun avaamista asiakkaasi vieraillessa luonasi. Palautteen kerääminen asiakkailta heidän palattua jo kotiinsa on toimivaa jälkimarkkinointia. Lisäksi se auttaa yritystänne tuotekehityksessä ja parantaa sen yleistä laatua (Mikkola, K. 2010).

5.1 Tutkimuksen kyselytutkimus

Vastauksia tutkimukseen 4.4 mennessä oli tullut 205 kappaletta. Tutkimuksessa olevat kysymykset oli suunniteltuun niin, että niitä voidaan tarkastella moniulotteisesti jälkeenpäin. Kyselyssä ei ainoastaan kysytty käyttävätkö opiskelijat lisäravinnetta tai superfoodia x, vaan kysely myös selvitti yleisesti elintapoja ja suhtatumista terveyteen & hyvinvointiin. Tutkimuksesta käy myös ilmi, mitä lisäravinteita tai superfoodeja tuotteita kauppaavat yritykset markkinoivat eniten.

5.2 Kyselylomake

Nämä hieman vähemmän tunnetut superfoodit tai lisäravinteet jotka nostavat päätään tutkimustuloksissa kertovat siitä, että yhä useampi yritys on alkanut markkinoimaan tuotteitaan yhä laajemmin – tästä esimerkkinä mainittakoon kotimainen Four Sigmatics jo myy pääsääntöisesti lääkinällisiä vaikutuksia omaavia adaptogeenisukuisia sieniä; pakurikääpää, lakkakääpää jne. Four Sigmatics onkin loistava esimerkki siitä, kuinka muinaiset kansanlääkintäperinteen ”yökköspelaajat” on brändätty trendikkääksi, easy-to-use pakkauksiin paketoituina valmisjuomina. Four Sigmatics on kasvattanut viime vuosina suosiotaan Yhdysvalloissa huomattavasti ja heidän facebook mainontaa ja aktiivista ”fungys and fungirls” facebookryhmää seuratessa voi miettiä, mikseivät muut alan yritykset syvenny markkinointiinsa näin syvälle.

– Superfoodit ovat yleensä myydyin osa tuotevalikoimaamme. Niiden kysynnän kasvun on huomannut. Kaupaksi menevät muun muassa levät, goji-marjat ja maca, Itäkeskuksen Ruohonjuuri-myymän päällikkö Heidi Junkkari luettelee (Tervo, T. 2014).

5.3 Kyselylomakkeen sisältö

Rakensin kyselylomaketta hyvin yksinkertaisista kysymyksistä kohti himean moniulotteisempia ja laajempia kysymyksiä. Yritin räätälöidä kysymykseni siten, että ne olisivat hieman houkuttelevampia siten, että ne nostaisivat vastaajan ha-

lua vastata seuraavaan kysymykseen. Tutkimuksen aihepiiri oli sinäänsä helppo, sillä aiheen parissa jo pitkään työskennelleenä olen huomanttu, että jos ihmisiä kiinnostaa lisäravinteet, superfoodit, oman elämänlaadun kohentaminen ravinnon kautta, biohakkerointi tai ylipäättään laatu, niin nämä ihmiset ovat todennäköisesti kiinnostuneita myös kertomaan siitä muille. Kyselylomake rakennettiin siten, että siinä olevat kysymykset selvittävät kuinka paljon ja minkälaisia lisäravinteita ja/tai superfoodeja Karelia ammattikorkeakoulun opiskelijat käyttävät. Tutkimustuloksista oli mielenkiintoista nähdä, että opiskelijat olivat myös tutustuneet hieman harvinaisiimpiinkin lisäravinteisiin ja superfoodeihin, kuten esimerkiksi Reishi (lakkakääpä) sieneen, joka on tunnettu lääkinällisistä ominaisuuksistaan.

Ennen kuin sain tutkimuslupahakemuksen päätöksen hyväksytettyä koulumme hallinossa, testautuin kyselyn n. 10 ihmiselle, jotka olivat lähipiiristäni, mukaan lukien myös ohjaajani. Testaajat vastasivat kyselyyn ja antoivat rakentavaa palautetta tutkimuksen toimivuudesta.

Kysely sisälsi myös avoimia kysymyksiä. Jätin osan kohdista avoimeksi sen takia, että opiskelijat saisivat itse kertoa hieman omista taustoistaan ja elämäntaivoistaan. Avoimien kysymysten vastausten analysointi voi muodostua hieman haastavaksi, jonka takia pidin niiden määrän kahdessa. Kysymyksien määrä kyselyssä oli 10 kappaletta, joissa kysyttiin yleisesti superfoodien ja lisäravinteiden käytöstä. Kysely tehtiin vain Karelia ammattikorkeakoulun opiskelijoille.

5.4 Aineiston keruu

Aineisto kerättiin sähköisesti Google Drive -palvelun kautta. Sähköinen kysely toteutettiin siten, että kaikille Karelia ammatikorkeakoulun opiskelijoille lähetettiin kysely sähköpostitse, johon he saivat vastata omassa rauhassaan. Google Driven käyttö osottautui nopeasti yllättävän yksinkertaiseksi vaikka sen haltuunotto aluksi oli hieman haastavaa. Kyselyn kysymykset tulivat mieleeni jo heti opinnäytetyötä aloittaessani, koska visioni oli alusta asti jo melko selkeä mitä haluan tietää opiskelijoiden lisäravinteiden sekä superfoodien käytöstä. Sähköpostin saatekirjeessä kerrottiin, mitä kysely koskee, mitä varten se toteutetaan

ja kenelle se on tarkoitettu. Kyselyn saatekirjeessä ei ollut ”porkkanaa”, joka olisi houkutellut vastaamaan kyselyyn, kuten esimerkiksi ilmaisia elokuvalippuja. Ajatus houkuttimien asettamisesta kyselyyn kävi mielessäni, mutta uskoin että se tietty marginaaliporukka, jotka ovat aiheesta kiinnostuneet, vastaavat kyllä kyselyyni.

5.5 Tutkimuksen otanta

Valitsin tutkimuksen perusjoukoksi Karelia Amattikorkeakoulun opiskelijat. Tämä kohderyhmä oli laajuudeltaan 6962 opiskelijaa joista kyselyyn vastanneita oli 211 kappaletta. Kysely lähetettiin kaikille Karelian opiskelijoille 28.3.2017 ja kaikki 211 vastausta olivat tulleet kyselyyn noin muutaman viikon sisällä massasähköpostin lähettämisestä.

5.6 Analysointimenetelmät

Analysoin vastauksia käyttämällä kvantitatiivista menetelmää. Valitsin kvantitatiivisen menetelmän siltä pohjalta, että se on paras mahdollinen menetelmä analysoida suuria ihmisryhmiä koskevia kyselyitä.

Vaikka nykyään ei enää laadullista tutkimusta ja määrällistä tutkimusta kategorisesti tarvitsekaan pitää erillään toisistaan, niin perusasiat on syytä tunnistaa. Samassa tutkimuksessa on mahdollista käyttää erilaisia teorioita, menetelmiä ja aineistoja, myös kvalitatiivista ja kvantitatiivista aineistoa, saman tutkimusongelman ratkaisemiseksi. Triangulaatiota käytettäessä tutkijan on kuitenkin oltava hyvin selvillä eri menetelmien eroista sekä niiden vaatimuksista. Kvantitatiivisessa tutkimuksessa objektiivisuus katsotaan saavutettavan siten, että tutkija nimenomaan pysyy erillään haastateltavasta kohteesta eikä ryhdy kysymyksen ulkopuoliseen vuorovaikutukseen lainkaan. Tutkimuskohdetta tulee katsoa puolueettoman ulkopuolisen tarkastelijan silmin. Esitettävät kysymykset, mittarit on perusteltu teoriasta käsin (Stat, 2009).

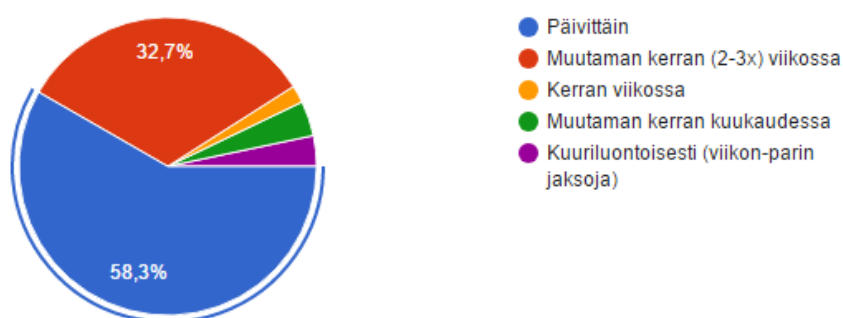
6 Tutkimuksen tulokset

Tämän luvun tarkoituksen on käsitellä suoraan tutkimuksesta saatuja tuloksia. Tutkimus koskee vain Karelia Ammattikorkeakoulun opiskelijoita eikä kyselyyn testivastanneita koulun ulkopuolisia henkilöitä ole huomioitu kyselyyn. Kysely käsitellään kysymysten järjestyksessä ensimmäisestä viimeiseen joten sitä voi seurata sivusta myös liitteestä.

6.1 Opiskelijoiden superfoodien ja lisäravinteiden käyttö

Ensimmäisessä kysymyksessä kysytään, käyttävätkö opiskelijat kuinka usein ylipäättään superfoodeja tai lisäravinteita. Vastanneista 58,3% kertoi käyttävänsä lisäravinteita & superfoodeja päivittäin, 32,7% muutaman kerran (2-3x) viikossa, kerran viikossa 1,9%, muutaman kerran kuukaudessa 3,8% ja kuuriluontoisesti viikosta-kolmeen viikkoon 3,3%.

Kuinka usein käytät lisäravinteita tai superfoodeja? (211 vastausta)



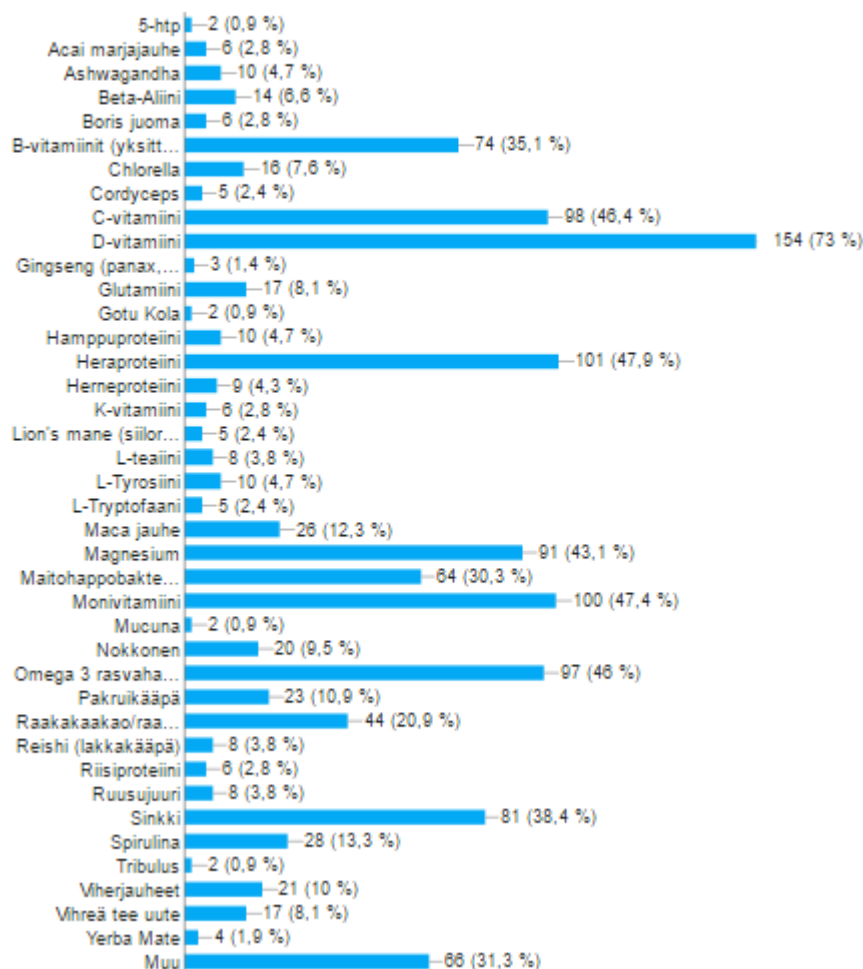
6.2 Opiskelijoiden käyttämät lisäravinteet ja superfoodit

Kysymyksessä numero kaksi kysyttiin opiskelijoiden lisäravinteiden sekä superfoodien käytöstä; minkälaisia tuotteita opiskelijat käyttävät. Ecoteekillä työskenneltyäni osasin jo hieman odottaa mitkä tekijät nostavat kyselyssä päätään eniten; ”klassinen ykköspallin nappaaja”, MVP (most valuable player), oli tottakai

maitopurkkien perinteinen lisäaine, jota meidän suomalaisten ei tulisi virallisten suositusten mukaan saada enempää kuin 10 mikrogrammaa päivässä – D-vitamiini. Toisena listalla on heraproteiini, joka kertoo myös paljon opiskelijoiden kiinnostuksesta oman lihaskunnon ja ulkonäön, oman egon, korostamiseen. Kysymyksen vastauksista oli myös nähtävissä, että edelläkäviätyötä superfoodien saralla tehneet yritykset, kuten Puhdistamo ja Cocovi ovat onnistuneet nostattamaan esimerkiksi pakurikäävän, nokkosen, raakakaakon, maca jauheen, ashwagandhan ja ruusujuuren suosiota vastaajien keskuudessa. Tällaisten tulosten näkeminen on mieltä ylentävää, sillä länsimaalaisessa yhteiskunnassa me ihmiset olemme unohtaneet sen, että optimaalisen toimintamme kannalta me tarvitsemme rasvoja, proteiineja, hiilihydraatteja, vitamiineja jne. rakennusaineita kehoomme, mutta tarvitsemme myös kehon hieman kompleksisia mekanismeja sääteleviä yhdisteitä tukemaan aineenvaihduntaa, sisäelinten hyvinvointia, ihon kuntoa, aivojen terveyttä sekä vaikkapa suoliston bakteerikannan eloisuutta. Monet länsimaalaisten ihmisten kärsimistä sairauksista, kuten esim. krooninen stressi tai ylipaino voivat hyvinkin johtua huonosta bakteerikannasta suolistossa. Tätä esimerkiksi suomessakin hyvin tunnettu pakurikääpä hoitaa tehokkaasti. ”Kliinistä näyttöä pakurikäävällä on suoliston tulehdusten hoidosta. Minun tietooni on myös tullut toistakymmentä syöpätaipautta, jossa ihmiset ovat tukihoitona käyttäen tai jopa pelkällä pakurikäävällä saaneet tilannetta balanssiin. Syövän ja yleisemmin tulehdusten hoidossa pakurikääpä onkin tunnetuin.” Ravintoasiantuntija Jaakko Halmetoja kertoo viherlanka.fi sivun tekemässä haastattelussa.

Minkälaisia lisäravinteita tai superfoodeja käytät, aktiivisesti/satunnaisesti? (voit valita useamman kohdan)

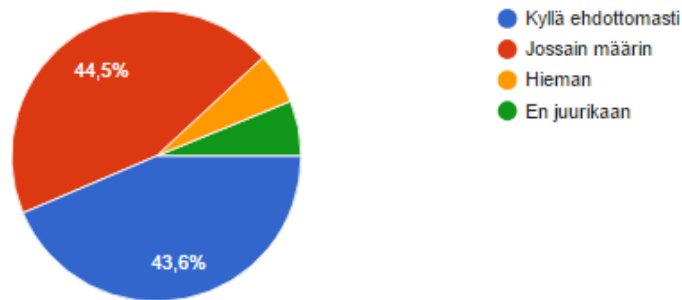
(211 vastausta)



6.3 Lisäravinteiden ja superfoodien hyödyllisyys

Kysymyksessä numero kolme kysyttiin, ovatko opiskelijat kokeneet lisäravinteiden & superfoodien käytön hyödylliseksi omassa elämässään. Vastanneista 44.5% kertoi lisäravinteiden ja superfoodien olleen hyödyksi heille jossain määrin. Vastanneista 43.6% kertoivat hyötyjen olleen huomattavia. Vastanneista 5.7% uskoi lisäravinteiden ja superfoodien parantavan kehon sekä mielen toimintaa hieman ja loput 6,2% vastanneista ei ollut kokenut minkäänlaista hyötyä.

Oletko kokenut lisäravinteiden tai superfoodien käytön hyödylliseksi?
(211 vastausta)



6.4 Lisäravinteiden- ja superfoodien koetut hyödyt

Kysymyskohta numero neljä kuuluu seuraavasti: Mitkä ja kuinka, lisäravinteet / superfoodit olet kokenut hyödyllisiksi harrastuksissasi, töissä, koulussa? sana vapaa. Vastauksia kysymykseen satoi 208 kappaletta joista kuusi vastaajaa antoi vastaukseen tyhjän. Vastauksista voi selvästi nähdä yleisimmät linjat, kuten proteiinilisät, vitamiinit sekä omega-3 rasvahapot.

"Maca piristää kahvin seassa. Mummi muistuttaa aina syömään monivitamiineja, joten teen hänet iloiseksi syömällä niitä :)"

"Maca piristää mukavasti, samoin spiruliina. Lionsmane auttaa keskittymään ja tuntuu että opin nopeammin kuin ennen superfoodien käyttöä."

"nopeuttavat palautumista sekä lisäävät gainssejä"

"olen kokenut että vastustuskyky pysyy korkeampana ja flunssasta ei tarvitse kärsiä niin usein."

"Virkeämpi olo yleisestikin. Päivä lähtee paremmin käyntiin kokonaisuudessaan. Aineenvaihdunta toimii hyvin"

Koen, että superfoodit+lisäravinteet auttavat pysymään paremmassa fyysisessä kunnossa ja nopeuttamaan esim. flunssan paranemista. Erityisesti mainittava

ashwagandga, kivennäisaineet (happo-emästasapainoon) + d&c tautien ensioireisiin.”

”Urheilen todella paljon, joten laturina/palkkarina käytän bcaa:ta. Sitten välillä otan heraa100 jos koen että päivän proteiinitarve on jäänyt vajaaksi/korvaan aterian proteiinin sillä. Sekä välillä käytän heraa myös palkkarina. Lisäksi esimerkiksi flunssakaudella/flunssan tuntuessa lisään n. viikoksi annosta mm. sinkkiä ja joitakin muita vitamiineja (c-d).”

”Uskon poskissani olleen ihottuman johtuneen talvisesta d-vitamiinin puutteesta. Nyt en kärsi siitä. Uskon hiusteni laadun parantuneen.”

”Vitamiinivalmisteet ovat auttaneet pysymään terveenä. Muilla lisäravinteilla kuten L-Karnitiinilla, Glutamiinilla, Beta-Alaniinilla sekä heraproteiinilla on haettu parempaa suorituskkyä sekä nopeampaa palautumista kestävyysurheilussa.”

”L-Teaniini keskittymiseen ja heraproteiini täydentämään proteiinin tarvetta kasvispainoiteisessa ruokavaliossa.”

”Viherjauheet ovat erityisesti olleet hyödyllisiä, sillä välillä tuntuu ettei päivän aikana kerkeä syömään tarpeeksi vihreitä kasviksia. Jauheen muodossa päivän annos tulee helposti täytettyä. Sama asia omega 3:sen kanssa, sillä aina ei tule viikon aikana syötyä suositeltua määrää kalaa, niin tämän tarpeen saa täytettyä lisäravinteilla. Uskon omega 3:sen lisäkkeen keskittymiskykyäni, sillä aivot tarvitsevat hyviä rasvoja toimiakseen kunnolla. Kaikki käyttämäni lisäravinteet vaikuttavat varmasti vastustuskykyyni, sillä en ole ollut muutama vuoteen kipeänä, joten poissaoloja koulusta ei ole kertynyt.”

”yksipuolisehkon vegaaniruokavalion ohessa suerfoodit ja lisäravinteet tuntuvat tärkeiltä takaamaan ravintoaineiden saannin. Myös jaksamisen kannalta tärkeitä. Esim. spirulia ja chia on lähes päivittäisessä käytössä.”

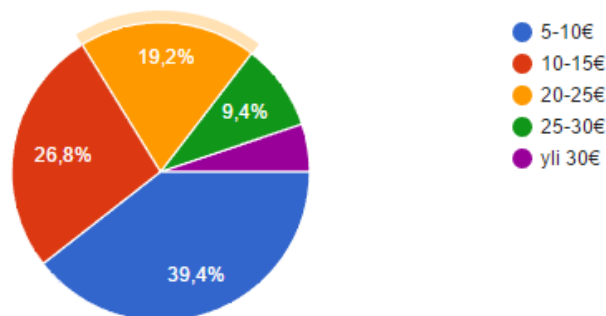
”En osaa eritellä, mikä noista yllämainituista on auttanut. Käytän yleiseen jaksamiseen ja terveenä pysymiseen. Mielestäni oloni on selvästi kohentunut, kun aloin kiinnittämään ruokavalioon huomiota. En jaksaisi näillä vuosikymmenillä (50 v. ->) muuten opiskella, käydä töissä ja hoitaa neljää koiraa. Sairastelin aiemmin paljon, esim. flunssaa, nykyisin en.”

6.5 Käytetty rahamäärä

Kysymyspatteristossa numero viisi, kysyttiin kysymystä: Kuinka paljon rahaa käytät kuukaudessa lisäravinteisiin tai superfoodeihin? Tässä kysymyksessä vastauksien hajonta oli selvästi laajempaa kuin muissa kysymyksissä, mikä on täysin ymmärrettävää ottaen huomioon opiskelijoiden heikon yhteiskunnallisen statuksen, rahallisen tilanteen ja stressaavan kiireisen elämän. Suurin joukko, 39.4% kertoi käyttävänsä 5-10 € kuukaudessa, 26.8% kertoi käyttävänsä 10-15€, 19.2% kertoi käyttävänsä 20-25€, 9.4% 25-30€ ja loput 5.2% kertoi käyttävänsä rahaa lisäravinteisiin sekä superfoodeihin yli 30€ kuukaudessa. Työskennellessäni Ecoteekki luontaistuotemyymälässä syksyllä 2016 tehdessäni työharjoittelujaksoani, huomasin, että usein, varsinkin nuorien (alle 30v) ostoksien hinnat pyörivät juuri tällä alueella (5-30€).

Kuinka paljon käytät rahaa kuukaudessa lisäravinteisiin tai superfoodeihin?

213 vastausta



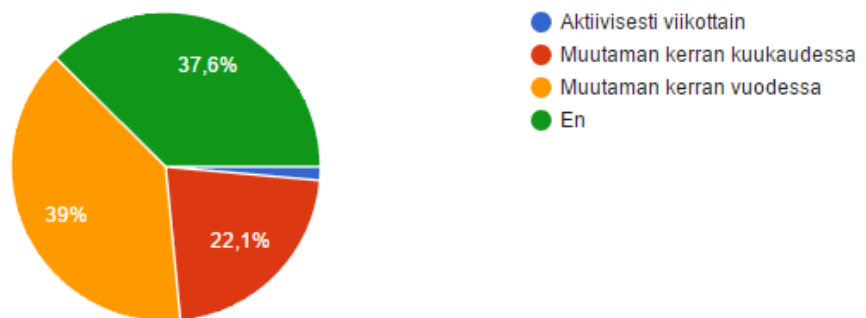
6.6 Kivijalkamyymälät

Kysymyksessä kuusi vastaajilta kysyttiin, vierailevatko vastaajat kivijalkamyymälöissä hankkiessa itselleen lisäravinteita & superfoodeja. Vastauksia tuli 213 kappalletta joista suurin joukko, 39% vastasi käyvänsä muutaman kerran vuodessa. Toiseksi suurin, 37.6% vastaajista kertoi, etteivät he tahdo käydä

kivijalkamyymälöissä. Muutaman kerran kuukaudessa, 22.1% vastaajista ja loput 1,4% kertoi käyvänsä kivijalkamyymälöissä aktiivisesti viikottain.

Asioitko kivijalkamyymälöissä hankkiessasi näitä tuotteita? (Punnitse ja säästä, Life jne.)

213 vastausta

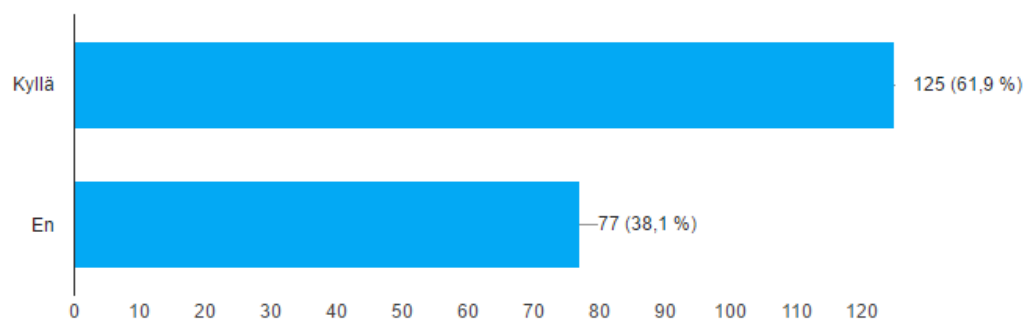


6.7 Verkkokaupat

Neljänneksi viimeisessä kysymyksessä, kysymykseen: “Tilaatko lisäravinteita nettikaupoista? (jos et, siirry kohtaan kahdeksan)” Vastauksia sateli 202 kappaletta, joista 125 vastaajaa, 61.9% vastasi myöntävästi, kun taas loput, 77 vastaajaa, 38.1% vastasivat kieltävästi.

Tilaatko lisäravinteita nettikaupoista? (jos et, meni suoraan kohtaan kahdeksan)

202 vastausta

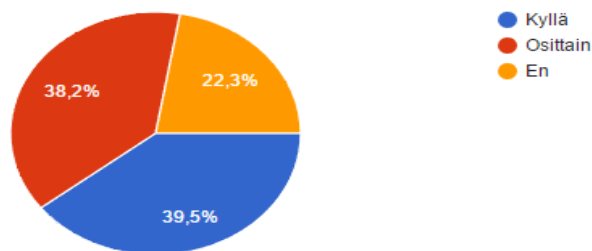


6.8 Nettikaupat

Vastauksia tuli 157 vastausta, joista suurin joukko, 39.5% vastasi kyllä, 38.2% vastasi osittain ja loput 22.3% vastaajista kertoi, ettei tilaa mitään lisäravinteita tai superfoodeja nettikaupoista.

Koetko nettikaupoissa asioinnin helpommaksi kuin kivijalkamyymälässä?

157 vastausta



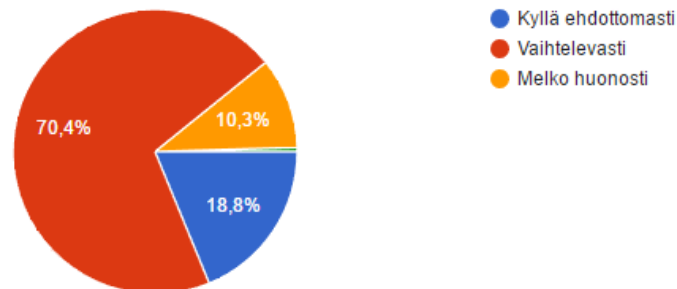
6.9 Tuotteiden tiedot

Vastaajia kysymyksessä 213 kappaletta, joista: 70.4% kertoi saavansa tietoa vaihtelevasti, 18.8% vastaajista kertoi saavansa ehdottomasti tarpeeksi tietoa ja loput 10.3% vastaajista kertoi saavansa tietoa melko huonosti. Tämän kysymyksen perusteella voidaan todeta, että terveyttä edistävien tuotteiden tiedottamisessa olisi selvästi parannettavan varaa.

Oman henkilökohtaisen kokemuksen perusteella informaatiota kyllä saa riittävästi, mutta moni hyvin tärkeä kohta (kuten esim. Cocovin maca jauhe, tuotteen kerrotaan sisältävän rutkasti aminohappoja, mutta listaa aminohappojen määrästä ei tuotteen paketista löydy mistään).

Koetko saavasi tarpeeksi tietoa terveyttä edistävien tuotteiden kauppaavien yritysten taholta?

213 vastausta



6.10 Elämäntavat

Viimeinen kysymys on hieman yleismaailmallinen, mutta koin sen tärkeäksi lisätä, koska se kertoo vastaajien yleisestä kiinnostuksesta terveyttään kohtaan. Viimeinen kysymys kyselyssä kuuluu seuraavasti: Lisäravinteiden ja superfoodien ohella, ovatko muut elämäntapasi terveellisiä? (esim. harrastatko avantouintia?, oletko kokeillut paastoa?, käytkö aktiivisesti verikokeissa?, meditointi? poltatko tupakkaa? juotko usein alkoholia? yms.) Sana vapaa ! Vastauksia sateli kysymykseen 205 kappaletta, joista tyhjiä oli 109 kappaletta.

“Koen, että elämäntapani ovat melko terveelliset: harrastan avantouintia ja muuta liikuntaa, pyrin pitämään yllä rentoa elämänotetta ja vältän alkoholia sekä tupakkaa + meditoin satunnaisesti. :)”

“Harrastan lenkkeilyä aktiivisesti ja meditoin silloin tällöin. Alkoholia käytän noin kerran kuukaudessa. Syön myös mielestäni terveellisesti kotiruokaa ja jonkun verran ulkona. Joten koen että elämäntapani ovat suhteellisen terveelliset.”

”Ovat suhteellisen terveellisiä. Harrastan liikuntaa säännöllisesti useita kertoja viikossa, en juo enkä polta. Seuraan erilaisia ravintotrendejä lähinnä mielenkiinnolla ja koitan etsiä näille tieteellistä näyttöä. Jotain kokeiuja olen huomannut omallakin kohdalla toimiviksi lyhyellä aikavälillä esim Atkinsin dieetti / hiilihydraattitietoinen syöminen. Käytän lisäravinteita täyttämään ruokavaliotani tarvittaessa.”

“Eivät ole.”

”Poltan tupakkaa, alkoholia käytän todella harvoin (jos ei satunnaista/yksittäistä saunajuomaa lasketa). Liikun monta kertaa viikossa, esimerkkinä jääkiekko, kuntosali, lenkit. Käyn verikokeissa säännöllisin väliajoin nähdäkseni onko arvoni normaalit. Välillä olen ollut dieetillä, mutta nyt mennään ihan elämäntapamuutoksen kautta. Ruokavaliossani on parantamisen varaa, joskus paljon, joskus vähemmän.”

”Harrastan urheilua, en käytä juurikaan alkoholia enkä polta ollenkaan. Mittaan sykettä ja unen laatua sekä aktiivisuuden määrää päivittäin.”

”Ovatko lisäravinteet ja superfoodit oikeasti niin terveellisiä kuin sanotaan? Lehtijuttuja ollut siitä, kun menee näiden käyttö yli ja sitten on pahimmallaan lopun elämän suolisto-ongelmat. Onko ”paasto” oikeasti osa terveellistä elämäntapaa? Mielestäni hyvät ja terveelliset elämäntavat ovat riittävä liikunta ja säännöllinen ja terveellinen syöminen. Se, että ruokavalio on terveellinen ei vaadi maapallon toiseltapuolelta tuotuja erikoismarjoja, suoloja tai jauheita (ihan jo ekologisuus, haloo!).”

”Harrastan kestävyysjuoksua 3 kertaa viikossa ja salilla käyn 3-5 kertaa viikossa. Nukun ehkä hieman liian vähän, mutta se on korvattavissa viikonloppuisin. En polta tupakkaa, nuuskaa todella satunnaisesti ja alkoholia myös satunnaisesti. Salitreenini muutin viime viikolla kestävyyspainotteiseksi, sen ollen pari kuukautta lihasmassalähtöistä.”

”Meditoin säännöllisesti, mutta kausiluontoisesti (on/off). Käyn päivittäin kävelyllä ja luen kirjoja keskimäärin 15 minuuttia päivässä. Alkoholia käytän muutaman kerran kuukaudessa juhlinta-, ei lääkintätarkoituksessa. Normaali kuntosaliharastukseni on ollut jäissä työuupumuksen aikana, jolloin olen siirtynyt joogaan ja kevyeen liikuntaan. Pyrin syömään terveellisesti ja monipuolisesti (salaattia, mausteyrtejä, kaaleja, siemeniä, kanaa/lohta tms.) ainakin kuusi päivää viikossa. Pidän itsestäni ja omasta hyvinvoinnista huolta, koska ne tukevat minua jo-

ka osa-alueella ja ovat minun vastuullani. Haluan kuitenkin osoittaa mielestäni onnellisuuden ja hyvinvoinnin välisen merkityseron; onnellisuus ei välttämättä edellytä hyvinvointia ja päinvastoin. Molempia tulee lähestyä omalla tavallaan, eikä niiden tulisi olla riippuvaisia toisistaan.”

“Käyn aktiivisesti verikokeissa sairauden vuoksi. En tupakoi ja käytän alkoholia satunnaisesti.”

7 Johtopäätökset

Opiskelijoiden antamat vastaukset kyselyyn olivat hyvin monisävyisiä. Selkeää on se, että lisäravinteiden ja superfoodien käyttö arkipäiväisessä elämässä on lisääntynyt paljon. Jatkuvasti kiihtyvä tahti yhteiskunnassa on selvästi saanut yksilöt ajattelemaan omaa hyvinvointiaan ja jaksamistaan enemmän. Moni opiskelija on selvästi huomannut positiivisia vaikutuksia elämässään lisäravinteiden ja superfoodien käytön myötä, kun taas osa selvästi kokee, että koko kulttuuri aiheen ympärillä on täyttä humpuukia.

Tutkimustuloksista on nähtävissä se, että halu kasvattaa suorituskyykyä koulumaailmassa on nousussa ja mielestäni tässä on selkeä viesti yrityksille: opiskelijoille tulisi kohdentaa mainontaa aikaisempaa enemmän. Opiskelu vaatii monilta psyykkisen suorituskyyvyn lisäksi myös kovempaa fyysistä suorituskyykyä ja entistä monimutkaisemassa ympäristössä ihmiset, etenkin nuoret kokevat, ettei enää klassinen ruisleipä, kaurapuuro ja kahvi combinaatio ei enää riitä tukemaan arjen haasteissa.

Kysymyksessä numero yksi on selkeästi nähtävissä, että yli puolet (58.7%) vastaajista käyttää aktiivisesti lisäravinteita tai superfoodeja arkielämässään. Kysymyksessä numero kaksi nähdään taas, että klassisemmat lisäravinteet/superfoodit kuten C-vitamiini (73.2%), heraproteiini (48.4%), monivitamiinit (47.9%), omega-3 rasvahapot (46.5%), mangesium (42.7%) ja sinkki (38%) nostavat selvästi päätään muiden, hieman vähemmän tunnettujen terveyttä edistävien tuotteiden joukosta.

Vastauksista voidaan selvästi lukea, että lisäravinteet, superfoodit ja proteiinilisäät ovat olleet monille hyödyksi, mutta moni vastaaja myös kokee, että ainut hyöty näistä on se, että lompakko laihtuu. Muutos suomalaisessa ruokakulttuurissa on kuitenkin suuri, koska historian saatossa monet kovat tekijät, kuten vaikkapa pakurikäpää ja nokkonen ovat jääneet monilta suomalaisilta kokonaan pois ruokavaliosta. Jaakko Halmetoja muistuttaa omilla luennoillaan usein sitä, että on tärkeä syödä monipuolisesti, mutta on myös tärkeää muistaa, että ravinnon lääkinällistä puolta olisi syytä ylläpitää jollain tapaa – vakuuttaa oma terveytensä. Onkin todella sydäntä lämmittävää nähdä kuinka moni uskaltaa olla avoin omista ”oudoista tavoistaan” ja tuoda esiin omia hyviä puoliaan.

Kyselyssä kysyttiin myös, että ovatko opiskelijat kokeneet terveyttä edistävien tuotteiden käytön hyödylliseksi: 43,7% vastasi ”kyllä ehdottomasti” ja 44,6% taas ”jossain määrin”. Tämä viestii siitä, että opiskelijoita on alkanut kiinnostamaan aikaisempaa enemmän oman kehon kuuntelu ja sen viestien seuraaminen kiireisen arjen keskellä.

Opiskelijoiden heikon rahatilanteen takia valtaosa opiskelijoista (39,4%) vastasi käyttävänsä vain 5-10€ lisäravinteisiin tai superfoodeihin kuukaudessa. Tämä on ymmärrettävää, sillä monien lisäravinteiden ja superoodien hinnat ovat määrään nähden suhteellisen korkeita sekä niiden laatu/tehokkuus vaihtelee suuresti – monia kalvaa tunne, että he tulevat huijatuksi ostaessaa tuotteita, joita he eivät ole aikasemmin kokeilleet.

Mielenkiintoista oli nähdä, jopa 37,6% vastanneista ei halunnut asioida kivijalkamyymälöissä. Tämä voi ehkä selittyä sillä, että netissä näistä tuotteista on selkeästi enemmän informaatiota saatavilla ja myyjien on vaikea pysyä mukana jatkuvasti kasvavan tarjonnan mukana. Vastanneista 125 (61,9%) opiskelijaa kertoi tilaavansa lisäravinteensa suoraan verkkokaupoista ja 39,5% taas koki, että verkkokaupoista tilaaminen on helpompaa kuin asiointi kivijalkamyymälässä. Opiskelijoiden mukaan yritykset jakavat tietoa lisäravinteista ja superfoodeista melko vaihtelevasti, sillä 70,4% vastanneista kertoi saavansa tietoa vaihtelevasti – vain 18,8% oli vakuuttunut saamastaan informaatiosta.

Viimeisessä kysymyksessä kysyttiin opiskelijoiden elämäntavoista yleisesti. Selkeänä linjana voidaan nähdä, että pääsääntöisesti Karelia AMK:n opiskelijat

pitävät itsestään suhteellisen hyvää huolta: moni urheilee (keskimäärin 3-5 kertaa viikossa), mittaa sykettään, harrastaa avantouintia, meditointia ja pyrkii välttämään roskaruokaa. Muutamissa vastauksissa oli nähtävissä yleisesti nuorten paheet (alkoholi, tupakointi, nuuska, huumeet) mitkä ymmärrettävästi kuuluvat opiskelijoiden normaaliin elämään parikymppisenä.

Työ vastastasi tavoitteitani onnistuneesti. Työ selkeyttää käsitystä siitä, ovatko lisäravinteet sekä superfoodit nuorten suosiossa.

8 Pohdinta

Muutokset tuulet puhaltavat selkästi Suomessa myös koulumaailmassa. Lisäravinteet sekä superfoodit ovat yleisesti nähty usein vain aktiivisesti kovaa urheilevien ihmisten asiana, mutta nyt tämä kulttuuri alkaa saavuttaa myös koulumaailmaa.

Alati kasvavan tarjonnan, tiedon ja yleistyvien käyttäjäkokemusten myötä moni on alkanut pohtimaan omaa jaksamistaan tässä maailmassa, myös ympäristöasiat kiinnostavat entistä useampia. Mielestäni on täysin luontevaa, että ihmiset hakeutuvat uudenlaisten yrttien, kasvien, aminohappojen ja vitamiinien pariin, koska kauppojen ruokahyllyt alkavat entistä enemmän muistuttaa enemmän pikaruokaravintoloiden tarjontaa – aitoa ruokaa on kyllä tarjolla, mutta mikropitsat, hampurilaiset ym. Ovat monille kiireen keskellä ne helpoimmat ravinnon lähteet. Ikävää on huomata myös se, että moni kokee ravinnon olevan vain polttoaine. Muutoksen suunta on kuitenkin optimistin silmin positiivinen, vaikka ravinnon laatu tuntuukin jatkuvasti heikkenevän.

Jatkotutkimuksia tutkimuksesta olisi mahdollista tehdä. Tämän tutkimuksen pohjalta tehtävissä tutkimuksissa voitaisiin mm. selvittää, käyttävätkö eri alojen opiskelijat erillaisia lisäravinteita (esimerkiksi: käyttävätkö sairaanhoitajat enemmän fyysistä suorituskkyä lisääviä lisäravinteita, kun vaikkapa medianomit).

Lähteet

American marketing association, 2007. Definition of Marketing [verkkojulkaisu]. suomennos tekijän [viitattu 19.12.2016]. Saatavilla: <https://www.ama.org/AboutAMA/Pages/Definition-of-Marketing.aspx>

D. Dahlén. 2006. Markkinointiviestintä osana yrityksen markkinointia. Ws bookwell oy, Juva, wsoypro helsinki

Eetu Mäkelä, 2017. Minä Brändinä [verkkojulkaisu]. Proakatemia [viitattu 22.8.2017]. Saatavilla: <http://proakatemia.fi/minabrandina/>

Elina Perkiömäki, 2014. Lyhyesti lisäravinteista [verkkojulkaisu]. Potku.net [viitattu 13.12.2016]. Saatavilla: <https://potku.net/lyhyesti-lisaravinteista/>

Emma Sandström, 2015. Voiko ruoan avulla parantua sairaudesta? Olli Posti kertoo oman tarinansa [verkkojulkaisu]. Safkanet.fi [viitattu 10.12.2016]. Saatavissa: <https://safkanet.fi/2015/08/26/olli-posti>

Evira, 2016. Ravintolisä [verkkojulkaisu]. Elintarviketurvallisuusvirasto [viitattu 13.12.2016]. Saatavilla: <https://www.evira.fi/elintarvikkeet/valmistus-ja-myynti/elintarvikeryhmat/ravintolisat/>

Foodin, 2016 Kapryylihapo [verkkojulkaisu]. Uutiset [viitattu 26.12.2016]. Saatavilla: <http://us4.campaignarchive2.com/?u=d68f08534056a9f6dedb05deb&id=90fc7571e2>

Four Sigmatic, 2017. About Four Sigmatic [verkkojulkaisu]. About [viitattu 19.12.2016]. Saatavilla: <https://international.foursigmatic.com/pages/about>
Hanna Gråsten, 2013. Lisäravinnebisnes kasvanut viidenneksen: naisasiakkaiden määrä noussut räjähdysmäisesti [verkkojulkaisu]. Savon Sanomat [viitattu 10.12.2016]. Saatavilla: <https://tinyurl.com/y7h4c3me>

Historia.net, 2011. Kaakao Jumalten juoma [verkkojulkaisu]. [viitattu 22.12.2016]. Saatavilla: <http://historianet.fi/yhteiskunta/arkielama/kaakao-jumalten-juoma>

Iltaalehti, 2016. Five am coffee [verkkojulkaisu]. Viihde [viitattu 26.12.2016]. Saatavilla: http://www.iltalehti.fi/viihde/2015070319968441_vi.shtml
<http://tomikokko.com/five-am-coffee/>

Jarkko Kurvinen, 2016. Asiakaskokemus näkyy viivan alla [verkkojulkaisu]. Toinen mielipide [viitattu 22.12.2016]. Saatavilla: <http://www.toinenmielipide.fi/asiakaskokemus-nakyy-viivan-alla/>

Johanna Vasara, 2015. Suomalainen superruoka pesee ulkomaiset puerfoodit [verkkojulkaisu]. Itä-savo [viitattu 14.12.2016]. Saatavilla: <http://www.ita-savo.fi/uutiset/lahella/suomalainen-superruoka-pesee-ulkomaiset-superfoodit-267009>

Juhani Knuutti, 2016. Fitline = Fitlin€ [verkkojulkaisu]. Turun sanomat [viitattu 16.12.2016]. Saatavilla: <http://hyvinvointi.ts.fi/terveys-tiede/fitline/>

Jussi Venäläinen, 2013. Hyödyllisimmät ravintolisät ja lisäravinteet [verkkojulkaisu]. Sisusavaotta [viitattu 16.12.2016]. Saatavilla: <http://www.sisusavotta.fi/hyodyllisimmat-ravintolisat-ja-lisaravinteet/>

Jyväskylän yliopisto, 2016. Markkinointi [verkkojulkaisu]. Jyväskylän yliopiston kauppakorkeakoulu [viitattu 19.12.2016]. Saatavilla: <https://www.jyu.fi/jsbe/yma>
K. Kauppila. 2015. markkinointiviestinnän ulottuvuuksia teoriassa ja käytännössä. Libris Oy, Helsinki.

K3 Fitness, 2013. Mikael Fogelholm: Superfood käsitteestä voisi luopua [verkkojulkaisu]. K3 Fitness [viitattu 15.12.2016]. Saatavilla: <http://k3fitness.fi/2013/12/16/mikael-fogelholm-superfood-kasitteesta-voisi-luopua/>

Kilpailu- ja kuluttajavirasto, 2013. Mainonnan tunnistettavuus blogeissa [verkkojulkaisu]. Blogi [viitattu 19.12.2016]. Saatavilla: <https://www.kkv.fi/ratkaisut-ja-julkaisut/julkaisut/kuluttaja-asiamiehen-linjaukset/aihekohtaiset/mainonnan-tunnistettavuus-blogeissa/>

Kirsi Mikkola, 2010. Näin teet nettikyselyn [verkkojulkaisu]. Sähköinen liiketoiminta [viitattu 29.12.2016]. Saatavilla: <https://www.liiketoiminta.info/nettikyselyt/>

Mari Karjalainen, 2009. Brändin muutos – näkökulmia onnistuneeseen sisäiseen implementointiin [verkkojulkaisu]. Jyväskylän yliopisto [viitattu 21.12.2016]. Saatavilla: <https://jyx.jyu.fi/dspace/bitstream/handle/123456789/22806/URN:NBN:fi:juu-201001301098.pdf?sequence=1>

Maria Petterson, 2010. Aivodouping [verkkojulkaisu]. City [viitattu 28.12.2016]. Saatavilla: <http://www.city.fi/yhteiskunta/aivodouping/3355>

Marja Ahokas, 2010. Kognitiivinen dissonanssi [verkkojulkaisu]. Oppimateriaali [viitattu 22.12.2016]. Saatavilla: <https://www.avoin.helsinki.fi/oppimateriaalit/sosiaalipsykologia/festinger.htm>

Markus Joutsela, 2016 Kohti parempia pakkauksia [verkkojulkaisu]. Ruokaprovinssi [viitattu 21.12.2016] Saatavilla: <http://www.ruokaprovinssi.fi/kohti-parempia-pakkauksia/>

Mikael Junger, 2016. Tunneside asiakkaaseen on tärkeämpää kuin asiakastyytyväisyys [verkkojulkaisu]. Krebamedia [viitattu 26.12.2016]. Saatavilla: .

<https://kreabmedia.fi/artikkelit/tunneside-asiakkaaseen-on-tarkeempaa-kuin-asiakastytyvaisuus/>

Mikko Leppänen, 2015. Doupattu sotilas taistelee tykimmin – Puolustusvoimat vaitonaisina piristeistä [verkkajulkaisu]. YLE [viitattu 28.12.2016]. Saatavilla: <https://yle.fi/uutiset/3-8261044>

Minna Törmälä, 2016. Brändi ei ole logo – se on hyvä tarina [verkkajulkaisu]. Blogi [viitattu 21.12.2016]. Saatavilla: <http://www oulu.fi/blogs/node/42508>

MTT Ekologinen Tuotanto, Karila, 2004. Nokkosseminaari [verkkajulkaisu]. MTT Ekologinen tuotanto [viitattu 14.12.2016]. Saatavilla: <https://portal.mtt.fi/portal/page/portal/www/Hankkeet/Boreal%20Herb%20Center%20Mikkeli/Tapahtumia/Nokkosseminaari/3BFB300F2B13D9A7E040A8C0033C3D54>

Nootriment Editorial Staff, 2015. Mucuna Pruriens Boosts Dopamine and Stimulates Receptors [verkkajulkaisu]. Nootriment [viitattu 29.12.2016]. Saatavilla: <https://nootriment.com/mucuna-pruriens-dopamine/>

Päivyt Suhonen, 2015. Fitline tuotteet [verkkajulkaisu]. Hyvinvointia sinulle [viitattu 16.12.2016]. Saatavilla: <http://hyvinvointiasinulle.fi/fitline-tuotteet/>

Pekka Puska, 2016. Miksi ei syödä terveellisesti [verkkajulkaisu]. Kirjoitukset ja linkit [viitattu 13.12.2016]. Saatavilla: <http://pekkapuska.fi/kirjoitukset-linkit/miksi-ei-syoda-terveellisesti/>

Piri, Olli-Juhani, 2016. Lisäravinteissa piilee vaaroja – näistä ammattilaiset varoittavat [verkkajulkaisu]. [Viitattu 10.12.2016]. Saatavissa: <http://www.terve.fi/ravintolisat/lisaravinteissa-piilee-vaaroja-naista-ammattilaiset-varoittavat>

Puhdistamo, 2016. Superopas [verkkajulkaisu]. Puhdistamo [viitattu 13.12.2016]. Saatavilla: <http://www.puhdistamo.fi/superopas>

Sami Karjalainen 2016. Brandin suunnittelu markkinoinni tukena [verkkajulkaisu]. Vehree [viitattu 21.12.2016]. Saatavilla: <https://www.vehree.fi/brandin-suunnittelu-markkinoinnin-tukena/>

Sanna Tarvinen, 2013. Kaakaokännit? 10 kysymystä supersuklaasta [verkkajulkaisu]. [viitattu 10.12.2016]. Saatavissa: <http://www.terve.fi/ravinto/kaakaokannit-10-kysymysta-supersuklaasta>

Satu Lamppila, 2015. Mitä superfood on? [verkkajulkaisu]. Terve.fi [viitattu 14.12.2016]. Saatavilla: <http://www.terve.fi/ravinto/82332-mita-superfood-on>

Stat, 2009. Laadullisen ja määrällisen tutkimuksen erot [verkkajulkaisu]. Virtual statistics [viitattu 30.12.2016]. Saatavilla: <https://www.stat.fi/virsta/tkeruu/01/07/>

Talouselämä, 2015. Näiden terveystuotteiden myynti kasvaa räjähdysmäisesti – Kolkuttaa kohta puolen miljardin euron rajaa [verkkojulkaisu]. Uutiset [viitattu 19.12.2016]. Saatavilla: <http://www.talouselama.fi/uutiset/ss-naiden-terveystuotteiden-myynti-kasvaa-rajahdysmaisesti-kolkuttaa-kohta-puolen-miljardin-euron-rajaa-3454930>

Toni Tervo, 2014. Superruoka kasvattaa suosiotaan [verkkojulkaisu]. Länsiväylä [viitattu 30.12.2016]. Saatavilla: <http://www.lansivayla.fi/artikkeli/237964-superruoka-kasvattaa-suosiotaan>

Valtion ravitsemusneuvottelukunta, 2005. Marjat [verkkojulkaisu]. Valtion ravitsemusneuvottelukunta [viitattu 14.12.2016]. Saatavilla: <https://www.sitra.fi/julkaisut/muut/marjat.pdf>

Vegaaniliitto, 2011. Veganismin suosio kasvaa [verkkojulkaisu]. Uutisia [viitattu 19.12.2016]. Saatavilla: <http://vegaaniliitto.fi/www/fi/vegaia/uutisia/veganismin-suosio-kasvaa>

YLE, Noora loves eko, 2009. Superfood tarkoittaa erityisen terveellisiä ruoka-aineita [verkkojulkaisu]. YLE [viitattu 15.12.2016]. Saatavilla: <http://yle.fi/aihe/artikkeli/2009/10/08/superfood-tarkoittaa-erityisen-terveellisia-ruoka-aineita>

Ylioppilaslehti, 2013. Opiskelun huumaa [verkkojulkaisu]. Ylioppilaslehti [viitattu 27.12.2016]. Saatavilla: <http://ylioppilaslehti.fi/2013/03/opiskelun-huuma/>

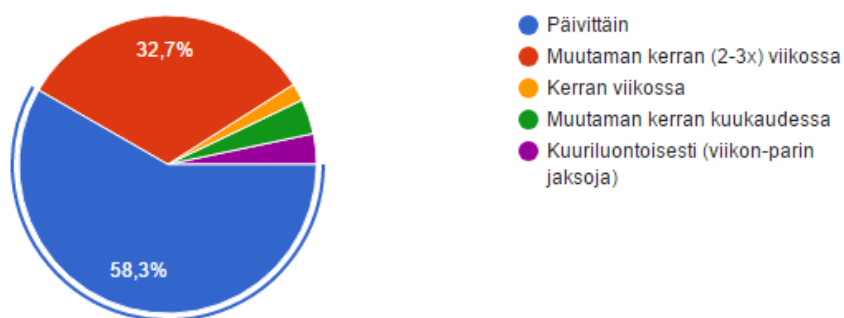
KYSELY LISÄRAVINTEIDEN JA SUPERFOODIEN KÄYTÖSTÄ

Linkki kyselyyn:

<https://tinyurl.com/ydhwvbbs>

Kysymys 1

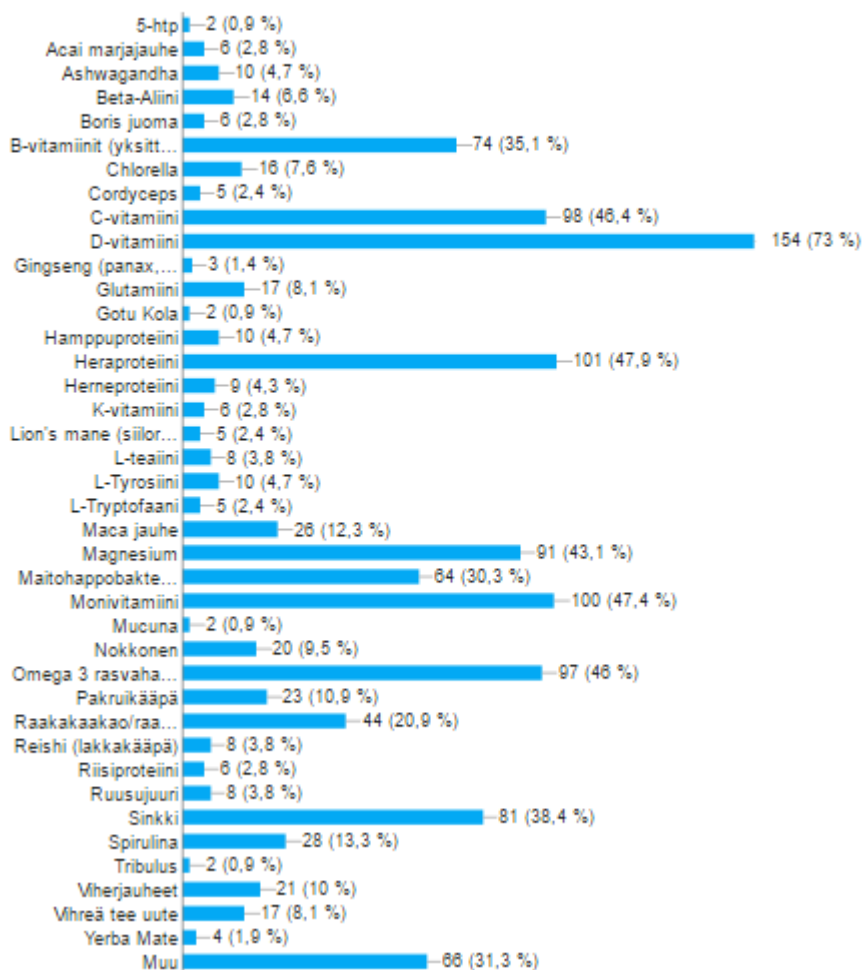
Kuinka usein käytät lisäravinteita tai superfoodeja? (211 vastausta)



Kysymys 2

Minkälaisia lisäravinteita tai superfoodeja käytät, aktiivisesti/satunnaisesti?
(voit valita useamman kohdan)

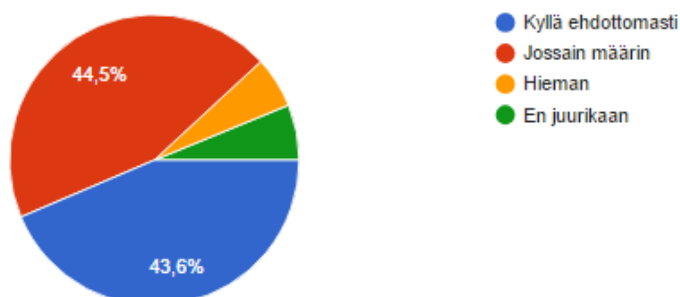
(211 vastausta)



Kysymys 3

Oletko kokoenut lisäravinteiden tai superfoodien käytön hyödylliseksi?

(211 vastausta)



Kysymys 4

Mitkä ja kuinka, lisäravinteet / superfoodit olet kokenut hyödyllisiksi harrastussiasi, töissä, koulussa? sana vapaa

- (6)

Vitamiinit (2)

Ylläpitävät virkeämpää fiilistä sekä fyysisesti että psyykkisesti! Tasapainottavat arkea/auttavat siinä! (2)

Bulletproofkahvi + raakakaakao auttaa jaksamaan, teaniini keskittymään, ruusujuuri treeni-buusterina, viherjauheet yleiseen hyvinvointiin, omegat aivoille. Pääsääntöisesti opiskelussa ja ajattelussa olen huomannut positiivisia vaikutuksia.

Maca piristää kahvin seassa. Mummi muistuttaa aina syömään monivitamiineja, joten teen hänet iloiseksi syömällä niitä :)

Parempi palautuminen

Protskut, vitamiinit - auttavat palautumista

Heraproteiini, monivitamiinit

--

Jaksamisen taso on noussut kuntosalilla sekä noin muutenkin. Lisäksi vastustuskyky on parantunut merkittävästi.

Heraproteiini ruokailun tukena

.

olen kokenut että vastustuskyky pysyy korkeamana ja flunssasta ei tarvitse kärsiä niin usein.

D-vitamiini yleisen hyvinvoinnin vuoksi, Chia-siemenet hyvien rasvojen lähteenä, maitohappobakteeri suoliston hyvinvoinnin edistämiseksi.

Enemmän käytän tuotteita kotona

Tukee hyvää ruokavaliota, auttaa immuniteetin parantamisessa.

B vitamiini tuo lisää jaksamista päivään, lisää keskittymiskykyä. Itsellä ubikinonin syönti tiputti migreenikohtaukset n. Kolmen viikon välein kun ne aikasemmin oli 2xvko.

D-vitamiini syysmasennukseen toimii, vihreä tee kapselit ja CLA aineenvaihdunnan ja rasvapolton lisäämiseen ja piristykseen, maitohappobakteerit tasapainottamaan vatsan toimintaa (kuurina), c-vitamiini vastustuskykyyn.

Hera, BCAA, Omega-3 ja kreatiini käytössä harrastusten parissa

Kreatiinilla ja beta-alaniinin käytöllä vaikutus suorituskykyyn urheillessa

Virkeämpi olo yleisestikin. Päivä lähtee paremmin käyntiin kokonaisuudessaan. Aineenvaihdunta toimii hyvin

harrastuksissa

Maca jauhosta saa pirteyttä ja hampuprodesta musclea.

piristää, auttaa palautumiseen, jumeihin yms..

Maca piristää mukavasti, samoin spiruliina. Lionsmane auttaa keskittymään ja tuntuu että opin nopeammin kuin ennen superfoodien käyttöä.

Auttaa unenlaadussa

Vitamiinit yleensä ja Chian siemenet

Kofeiinin ja beta-alaniinin piristävä vaikutus ennen treenejä

nopeuttavat palautumista sekä lisäävät gainssejä

B-vitamiini, magnesium, maitohappobakteerit, rasvahapot

D3 >2000ug /pvä pysyy flunssa poissa. Niasiini yleisesti parantaa oloa.

Aminohapot, proteiini

Vitamiinit auttavat pysymään terveenä (c,-d,- ja sinkkivitamiinit), sekä pitävät ihon hyvässä kunnossa (k- ja sinkkivitamiinit)

D vitamiini

Vitamiinit auttaa jaksamaan ja pysymään terveenä niin harrastuksissa, töissä ja koulussa

Ehkä vain siinä etten ole sairastanut niin paljoa flunssaa lisäravinteiden aloituksen jälkeen.

Tukevat kuntosaliharrastusta ja päivittäisen ruokavaliosata

En ole huomannut erityistä hyötyä.

Uskon poskissani olleen ihottuman johtuneen talvisesta d-vitamiinin puutteesta. Nyt en kärsi siitä. Uskon hiusteni laadun parantuneen.

Magnesium rauhoittaa unen laatua ja auttaa ehkäisemään lihaskramppeja.

En ole sairastellut niin paljoa "kulkutauteja"

Ihon kunto, hiukset, kynnet ym. paremmassa kunnossa. Kasvisruokailijana turvattava B-vitamiini syömällä purkista.

Heraproteiini ja magnesium auttaa salin jälkeen palautumisessa, chia vatsantoimintaan

L-Teaniini keskittymiseen ja heraproteiini täydentämään proteiinin tarvetta kasvispainotteisessa ruokavaliossa.

Vitamiinit+beta-alaniini+arginiini+kreatiini+kofeiini auttavat jaksamaan.

Olen kokenut D-vitamiinin piristävän itseäni talvisin.

Soijaproteiini urheiluharrastuksessa on hyödyllinen. Glukosamiini-kondroitiini auttaa hieman nivelkipuihin.

Sali harrastuksesta treenin aikainen BCAA juoma on ollut hyvä sekä ennen treeniä PWO valmisteet ovat toimineet, etenkin Super Mass valmisteet.

Auttaa jaksamaan, sekä lisää keskittymiskykyä.

Heraproteiini, välipalana

D- ja C-vitamiinit, magnesium ja sinkki ovat olleet korvaamattomia. D- ja C-vitamiinit auttavat jaksamisessa töissä ja magnesium ja sinkki liikuntaharrastuksien tukemisessa.

Auttaa jaksamaan paremmin harrastuksissa

Sitrulliinimalaatti, treenissä saa hyvät pumpit. Maltoa melkeen pakko ottaa jos meinaa pidempään juosta mut auttaa myös treenin aikana. Muut on lähinnä placeboa ja osa itsellä kokeilussa josko auttais.

Ennen salia boosteri ja salin jälkeen protskujuoma, lisänä päivittäin magnesiumsitraattia ja monivitamiinia

Vitamiinivalmisteet ovat auttaneet pysymään terveenä. Muilla lisäravinteilla kuten L-Karnitiinilla, Glutamiinilla, Beta-Alaniinilla sekä heraproteiinilla on haettu parempaa suorituskkyä sekä nopeampaa palautumista kestävyysurheilussa.

Palautumisessa/kehittymisessä proteiinivalmisteet, esim. saliharjoittelun jälkeen

D-vitamiini pitää atopikon ihon kuosissa myös talvella

Adaptogeenit kuten reishi, ruusujuuri tai maca ovat tukeneet ja tasapainottaneet muutoksellisia elämänoosuhteita ja tarjonneet tasapainoisempaa ja kestäväää energiaa, toisin kuin vaikkapa kahvi, joka nostaa verensokeritasoja piikkimäisesti ja sen piristävät vaikutukset perustuu kahvin stressaaviin ja stimuloiviin ominaisuuksiin, jotka rasittaa lisämunuaisia sekä unenlaatua. Mainitsemainitani adaptogeeneista maca on myös aavistuksen stimulaatiivinen, mutta ei hirveän vahvasti. Reishi on ehdoton suosikkini, koska se on auttanut olemaan läsnä ihmissuhteissa ja työssäni, eivätkä sen vaikutukset ole äkkinäisiä ja poukkoilevia vaan tasaista ja kestäväää. Lisäravinteiden / superfoodien käyttö riippuu myös elämäntilanteesta, esimerkiksi itse olen vuoden ajan ollut toipilaana voimakkaasta työuupumuksesta ja juuri edellämämainitut adaptogeenit ovat olleet tärkeitä pieniä tekijöitä toipumisprosessissa.

Flunssa jää usein tulematta vaikka samassa taloudessa olisikin tauti. Palautuminen treeneistä on nopeampaa.

Säännölliseen käyttöön on jäänyt ne, mitkä selkeästi tuottaa eron energiatasoissa ja voinnissa pitkällä juoksulla. Moni- ja D-vit, magnesium, kookosöljy ja heraproteiini ovat minulle tällaisia.

C ja D sekä Omega3 ovat tärkeitä elämässäni.

Kaikki käyttämäni lisäravinteet antavat mielestäni jaksamista päivään ja treenatessa kuntosalilla treenijuoma on ehdoton.

magnesium ja proteiinilisä

Magnesium vähentää lieviä rytmihäiriöitä. Heraproteiini takaa tarvittavan proteiinin saannin kun käyn salilla.

Vitamiinilisät tehostavat ajatteluani, salitreenejäni ja levon laatua. Olen huomannut voivani yleisesti energisemmin.

Ehkäpä hieman virkeämpi talvikuukausina. Suonenvetoihin auttaa magnesium. En tiedä onko näistä hyötyä (muuta kuin lumevaikutus), mutta se määrä mitä itse käytän ei ole terveydelle haitallista. Ja kyllä, olen tarkastellut kaikki purkin pienellä printatut kohdat ja verrannut niitä vuoden 2014 suomalaisiin ravitsemussuosituksiin.

joo

Heraproteiiniin mukana lihasten optimaalisessa kasvattamisessa.

BCAA auttaa treenin kulussa ja jaksamisessa suoritusten aikana

Proteiini lisät, omega, vitamiini ja sinkki. Vaikuttanut palautumiseen ja vireystilaan.

Magnesium: lihakset eivät ole niin jumissa, muut: tuntuu etten sairastu niin helposti

Pysyy virkeämpänä

Magnesiumin painonnostossa.

Heraproteiinin, omega 3 sekä erilaiset vitamiinivalmisteet.

Kreatiinin, hera-proteiinin ja Creashock-nimisen lisäpumpin

Oikeastaan pelkät vitamiinit ovat jossain määrin toimineet, mutta esim. heraproteiini on ehkä enemmän "lumelääkettä"

Heraproteiinit ja BCAA-aminohapot olen kokenut hyödyksi palautumisen, ja lihaskasvun tukena.

Omega-3 rasvahapot olen kokenut yleisen hyvinvoinnin kannalta jokseenkin hyödyllisiksi.

Palautuminen ja suorituskky on palautunut huomattavasti. Jaksan urheilla kovasta rasituksesta huolimatta. Vatsani ja suolistoni voi hyvin.

Lisäravinteet tukevat omaa hyvinvointiani, esim. chia-siemenistä saan paljon kuituja täydentämään ruokavaliotani

Proteiini ja kreatiini ovat itsellä ainoita selkeästi toimivia ja hyödyllisiä. Näiden kahden toimivuus on myös tieteellisesti tutkittu. Monivitamiinia, omega 3 ja D-vitamiinia otan uskomushoito periaatteella "ei kai siitä haittaakaan ole". Superfoodit yms muut lisäravinteet ovat mielestäni hinta-toimivuussuhteeltaan lähinnä rahastusta. Mielikuvituksella ja värikkäällä etiketillä moni tuote varmaan voi toimia, mutta kliinisissä kokeissa vastaavaa näyttöä ei monestakaan ole.

ainakin ab-kuurin aikana maitohappobakteereista yleis hyöty vatsan kanssa.

Sali

Koen, että superfoodit+lisäravinteet auttavat pysymään paremmassa fyysisessä kunnossa ja nopeuttamaan esim. flunssan paranemista. Erityisesti mainittava ashwagandga, kivennäisaineet (happo-emästasapainoon) + d&c tautien ensioireisiin.

Proteiinit ravinnon saamisen helpottamiseksi, esim salin jälkeen ei tarvitse olla välittömästi syömässä.

D- vitamiini auttanut kaamosoireisiin mm. nukkuminen helpompaa ja mieliala on virkeämpi, proteiinit auttaneet palautumisessa ja ovat helppo välipala, ottaessani säännöllisesti vitamiinit olen huomannut olevani virkeämpi, ihoni on paremmassa kunnossa jne.

Parempi vastustuskyky.

Palautuminen

Tukee urheiluharrastusta hyvin

heraproteiini liikuntasuorituksen jälkeen palauttaa lihakset nopeammin

Proteiinimaitojuomat

Vitamiinit piristävät, samoin viherjauhe joka sisältää superfoodeja

k

C ja sinkki yhdistelmä tabletteja syön kun suurimmat flunssa aallot jyllää tai jos tuntuu että on flunssainen olo. Ne tuntuu auttavan flunssan välttämässä, sekä paraneekin nopeammin ja pääsee lievemmillä oireilla. D-vitamiinia syön suositusten takia, enkä syö niitä järin säännöllisesti niin en koe niistä kyllä olevan hirveämmin hyötyä.

Proteiinit, palautusjuomat ja enne treeniä sekä treenin aikana juotavat piristävät/jaksamista edesauttavat juomat ovat omalla kohdallani erittäin hyvin tukeneet muuta ruokavaliota ja auttaneet saamaan treenistä enemmän irti sekä palautumaan siitä.

Parantaa palautumista.

Vähentää sairastelua

Raakakaako on ollut hyvä tuote.

En syö lihaa, joten heraproteiini tukee proteiininsaantiani ja on tukena myös lihaskuntoharjoittelussa

Viherjauheet ovat erityisesti olleet hyödyllisiä, sillä välillä tuntuu ettei päivän aikana kerkeä syömään tarpeeksi vihreitä kasviksia. Jauheen muodossa päivän annos tulee helposti täytettyä.

Sama asia omega 3:sen kanssa, sillä aina ei tule viikon aikana syötyä suositeltua määrää kalaa, niin tämän tarpeen saa täytettyä lisäravinteilla. Uskon omega 3:sen lisänteen keskittymiskykyäni, sillä aivot tarvitsevat hyviä rasvoja toimiakseen kunnolla. Kaikki käyttämäni lisäravinteet vaikuttavat varmasti vastustuskykyyni, sillä en ole ollut muutama vuoteen kipeänä, joten poissaoloja koulusta ei ole kertynyt.

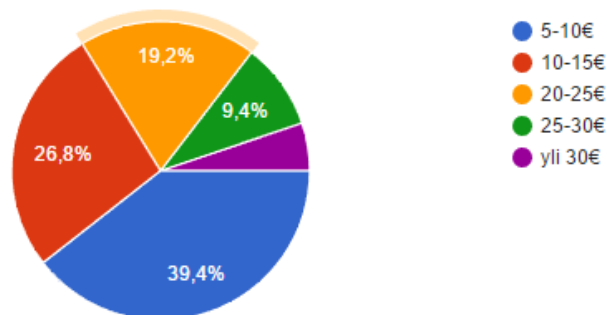
Magnesium on auttanut kramppeihin, muista en tiä.

Muu (106)

Kysymys 5

Kuinka paljon käytät rahaa kuukaudessa lisäravinteisiin tai superfoodeihin?

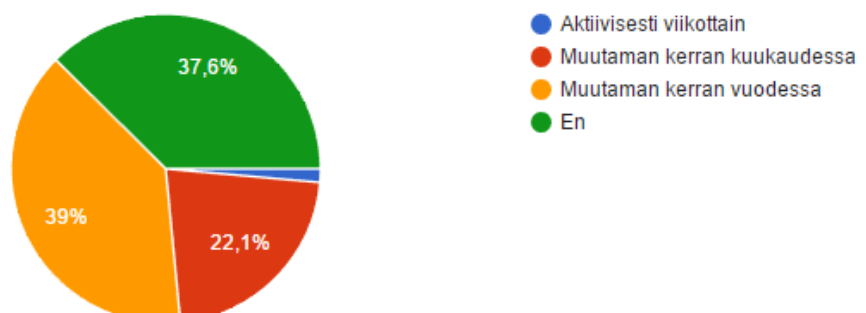
213 vastausta



Kysymys 6

Asioitko kivijalkamyymälöissä hankkiessasi näitä tuotteita? (Punnitse ja säästä, Life jne.)

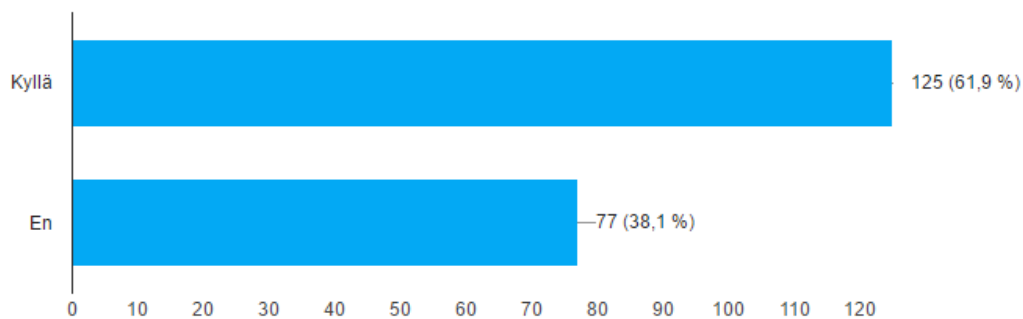
213 vastausta



Kysymys 7

Tilaatko lisäravinteita nettikaupoista? (jos et, meni suoraan kohtaan kahdeksan)

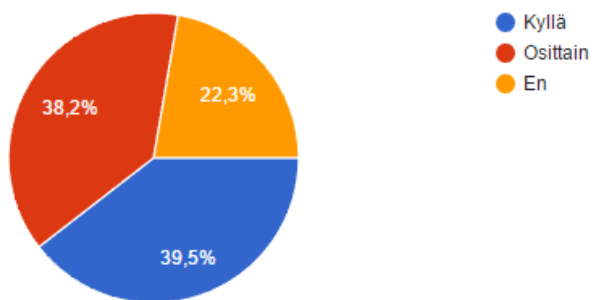
202 vastausta



Kysymys 8

Koetko nettikaupoissa asioinnin helpommaksi kuin kivijalkamyymälässä?

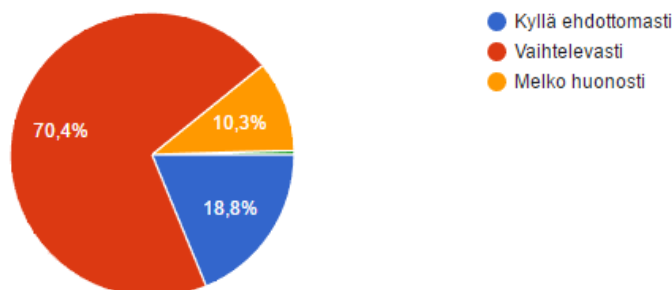
157 vastausta



Kysymys 9

Koetko saavasi tarpeeksi tietoa terveyttä edistävien tuotteiden kauppaavien yritysten taholta?

213 vastausta



Kysymys 10

Lisäravinteiden ja superfoodien ohella, ovatko muut elämäntapasi terveellisiä? (esim. harrastatko avantouintia?, oletko kokeillut paastoa?, käytkö aktiivisesti verikokeissa?, meditointi? poltatko tupakkaa? juotko usein alkoholia? yms.) Sana vapaa ! 213 vastausta

Eivät ole. (2)

- (2)

Kyllä (2)

Koen, että elämäntapani ovat melko terveelliset: harrastan avantouintia ja muuta liikuntaa, pyrin pitämään yllä rentoa elämänotetta ja vältän alkoholia sekä tupakkaa + meditoin satunnaisesti. :)

(2)

Kyllä elän terveellisesti, harrastan liikuntaa säännöllisesti ja syön terveellisesti sekä lepään hyvin. Harrastan myös avantouintia ja meditointia. En käy verikokeissa tai terveystarkastuksissa säännöllisesti, koska en koe niitä tällähetkellä tarpeellisiksi.

Käyn aktiivisesti verikokeissa sairauden vuoksi. En tupakoi ja käytän alkoholia satunnaisesti.

Käyn avannossa ja urheilen paljon.

Joka viikko juon alkoholia. Joskus urheilen.

Suurinpiirtein elän terveellisesti. Välillä annan itselleni luvan "hullutella".

Juon usein alkoholia mutta liikun melko paljon 5krt/viikossa

Yritän käydä lenkillä muutaman kerran viikossa, syön terveellisesti, en harrasta avantouintia vielä, en käy verikokeissa, joogaan joskus, en polta, juon joskus/alle kerran kuukaudessa.

Harrastan urheilua n 10h / vkossa. Lisäksi on personal trainer ja ryhmäliikunnan ohjaaja, joten elän hyvin aktiivista elämää. Ravintopuoli on myöskin kunnossa, koska olen itse laatinut itselleni kulutustani vastaavan ruokaohjelman.

Harrastan liikuntaa aktiivisesti ja mietin ruokavaliotani

Meditointi, olen kokeillut paastoa ja kun stressitasot laskevat kokeilen ehdottomasti uudestaan.

En polta, alkoholia vähän. Juuri otettiin laajahkot verikokeet

Elän terveellisesti ja ruokarajoitteiden vuoksi ravitseminen on hyvällä mallilla. En polta, enkä käytä alkoholia. En ole kokeillut paastota kun työ on niin energiaa kuluttavaa ettei ole terveellistä niin tehdä.

Harrastan lenkkeilyä aktiivisesti ja meditoin silloin tällöin. Alkoholia käytän noin kerran kuukaudessa. Syön myös mielestäni terveellisesti kotiruokaa ja jonkun verran ulkona. Joten koen että elämäntapani ovat suhteellisen terveelliset.

Elän pääsääntöisesti terveellisesti ja treenaan päivittäin. Alkoholia käytän harvoin ja en tupakoi. Koen omat elämäntapani pääsääntöisesti terveellisiksi

Terveellistä ruokaa. Mahdollisimman monipuolisesti, mutta terveellisesti. Esim kasviksia paljon ja kalaa sekä kanaa. Täysjyvä leipää. Tupakoinnin lopetus ja alkoholin vähennys juon

Poltan tupakkaa, mutta muuten elämäntapani ovat omasta mielestä terveelliset. Harrastan liikuntaa paljon viikoittain erillaisin keinoin(Lähinnä punttisalilla, mutta myös uimalla/juoksemalla). Avantouintia tuli harrastettua, kun siihen oli otollisemmat mahdollisuudet(Elikkäs intin aikana pelkästään). Alkoholia juon vain muutaman annoksen kuukaudessa. Humalatilassa olen viimeksi ollut kesällä 2016. Paastoaminen ei tulisi ikinä mieleenkään enkä ole verikokeissa asioinut.

Juon usein alkoholia

Kyllä ovat. Urheilen paljon, koen syöväni terveellisesti (erittäin runsaasti vihreitä kasviksia), kylmäkuuma-suihkua. Alkoholia käytän kuitenkin noin kaksi kertaa kuussa.

Olen terveellisten elämäntapojen kannalla. Nukun ja syön säännöllisesti. Liikun stressin sallimissa rajoissa. En juo, enkä polta

Omasta mielestäni kyllä. Välttelen säilöntä- ja lisäaineita, liikun säännöllisesti ja nukun riittävästi.

Alkoholia käytän kohtuullisesti, enkä juo humalahakuisesti. En tupakoi.

Käyn aktiivisesti salilla ja koitan syödä terveellisesti. Aerobinen liikunta on vähäistä.

juuh. ruokavalio on monipuolinen ja urheilen monipuolisesti. alkoholia käytän harvoin. tupakin lopetin muutamia vuosia sitten. ps: ei jumalauta, joku meditointi

Ei tuu harrastettua avantouintia. Kerran oon tainnu käydä avannossa uimassa. En ole kokeillut paastoa. En meditoi enkä polta tupakkaa. Alkoholia opintojen mukaan.

Terveellistä paitsi liikuntaa vähän. Joskus paastonnut ja meditoinut. Sähkötupakkaa. Alkoholia silloin tällöin 1-2 x kk

Paljon liikuntaa ja unta, en polta enkä käytä alkoholia usein

Harrastan säännöllisesti liikuntaa 3-5krt/vko. En tupakoi ja alkoholia silloin tällöin. Kilpaurheilu aikana tuli testattua jonkinlainen paasto ja sitruunavesi dieetti.

Keskivertoterveellinen. En tupakoi, alkoholia käytän vähän. En paastoa tai käy säännöllisesti verikokeissa. Liikuntaa voisin harrastaa enemmän..

Melko terveellisiä. Liikun luonnossa ja rentoudun musiikkia kuunnellen. En harrasta paastoja tai dieettejä, uskon elimistön oman aineenvaihdunnan hoitavan tarvittavat.

Syön terveellisesti, muun muassa syömällä paljon hedelmiä ja vihanneksia. Liikun säännöllisesti, mutta en paastoa tai meditoi.

olen absolutisti, kokeilin kerran avantoa ja tärisin kuin parkinson potilas 2 vko, en paastoa, käyn kerran parissa vuodessa verikokeissa

Harrastan paljon erilaisia liikuntalajeja (hiihto, sali, juoksu, avantouinti). Alkoholi juon muutaman kerran kuukaudessa opiskelijatapahtumien yhteydessä lähinnä. En tupakoi.

Poltan tupakkaa ja juon usein alkoholia. Nautin lisäravinteita kompensoidakseni niiden käyttöön liittyviä haittoja. Suositusten ulkopuolelle jäävät lisäravinteet ovat kokeellisia. En ole vielä vakuuttunut niiden vaikutuksista, mutta aion nauttia niitä edelleen päivittäin. Syön terveellisesti, mutta harvoin kalaa. Olisi kiinnostavaa käydä verikokeissa ja nähdä onko jotkin arvot liian koholla turhan lisäaineen nauttimisen seurauksena.

Täysin raitis alkoholin ja huumeiden suhteen. Ei tupakointia. Liikun kuitenkin liian vähän, univelkaa tulee välillä ja ylipainoa on.

liikun säännöllisesti (kävely ja juoksu), lepo on tärkeäksi havaittu, jotta jaksaa pyörittää lapsiperhearkea.

Ovat terveellisiä. En syö lihaa, en polta, harrastan liikuntaa (myös joogaa) ym.

Lenkkeilen päivittäin ja salilla käyn kolmesti viikossa. Pysin syömään monipuolisesti.

Harrastan urheilua, en käytä juurikaan alkoholia enkä polta ollenkaan. Mittaan sykettä ja unen laatua sekä aktiivisuuden määrää päivittäin.

Alkoholia 2-3krt vuodessa. Sähkötupakka. Kuntosalia 2-6krt vko. Lenkkeily. Ruokavalio.

Harrastan juoksua ja käyn ryhmäliikunnoissa. Mittaan verenpainetta silloin tällöin. Mietin proteiinin saantia ja yritän vähentää hiilihydraatteja.

Onko paasto osa terveellistä elämäntapaa? Urheilen säännöllisesti, en polta enkä juo. Käyn avannossa kerran vuodessa. Syön terveellistä perusruokaa ja superfoodit saan Suomen luonnosta.

En polta, enkä juo. Harrastan liikuntaa päivittäin mm. sali, lenkkeily, nyrkkeily, moottoriurheilu. Pysin kokeilemaan eri lajeja monipuolisesti

Elän omasta mielestäni tasapainoisen terveellistä elämää

Liikunta ja terveellinen ruokavalio on kaiken perusta, lisäravinteet ja vitamiinit vain lisänä/tukena Käyn kuntosalilla aktiivisesti ja harrastan muita liikunnan muotoja kuten kiipeily, skeittaus ja vaeltaminen. Syön melko terveellisesti, pidän cheatpäivän kerran viikossa lauantaina, jolloin saan syödä mitä haluan. Muuten en seuraa kaloreita, katson vain, että ruoka mitä syön on järkevää, eikä sisällä liikaa sokeria, rasvoja tai valkoisia jauhoja. En polta tupakkaa enkä juo alkoholia kuin n. lasin kuukaudessa.

Ei ole

Harrastuksina tavoitteellinen voimanosto. Elämän tavat suht terveelliset. Ruuan ja ravinteiden määrät laskettu tarkasti, tällä hetkellä menossa kisadieetti. En käytä päihteitä.

Punttia talvikaudella mutta kesällä vähemmän. Kesällä juoksen. Alkoholia ehkä pari kertaa kuussa saunakaljan verran, ei vanhana jaksakiinnostusta enää

Alkoholinkäyttöni on minimaalista ja käytän nuuskaa satunnaisesti, mutta en polta. Käyn salilla 3krt viikko ja kävelen päivittäin n. 4-5km. Pidän elintapojani suht terveellisinä.

Kilpaurheilun kautta myös elämäntavat ovat terveellisiä.

Elän terveellisesti: monipuolinen, säännöllinen ja terveellinen ruokavalio, säännöllinen liikunta, riittävä uni/lepo, päihteettömyys. Näitä muita em. en ole kokeillut, ajattelen että terveellisesti voi elää ilman avantouintia ja paastoakin. Missä voisi vähentää: karkit/herkut ja kahvi. Käyn kerran 2-3 vuodessa verikokeissa, koska suvussa korkeaa kolesterolia.

.

Meditoin säännöllisesti, mutta kausiluontoisesti (on/off). Käyn päivittäin kävelyllä ja luen kirjoja keskimäärin 15 minuuttia päivässä. Alkoholia käytän muutaman kerran kuukaudessa juhlinta-, ei lääkintätarkoituksessa. Normaali kuntosaliharrastukseni on ollut jäissä työuupumuksen aikana, jolloin olen siirtynyt joogaan ja kevyeen liikuntaan. Pysin syömään terveellisesti ja monipuolisesti (salaattia, mausteyrtejä, kaaleja, siemeniä, kanaa/lohta tms.) ainakin kuusi päivää viikossa. Pidän itsestäni ja omasta hyvinvoinnista huolta, koska ne tukevat minua joka osa-alueella ja ovat minun vastuullani. Haluan kuitenkin osoittaa mielestäni onnellisuuden ja hyvinvoinnin välisen merkityseron; onnellisuus ei välttämättä edellytä hyvinvointia ja päinvastoin. Molempia tulee lähestyä omalla tavallaan, eikä niiden tulisi olla riippuvaisia toisistaan.

eipä juuri, poltan tupakkaa ja liikun melko epäsäännöllisesti

Syön ja liikun monipuolisesti. En käytä päihteitä tai tupakkaa. Liikunta on säännöllistä, mutta lihashuolto (venyttely) jää satunnaisissa jaksoissa vähemmälle.

Savuton, lähes holiton, ja muutoinkin pyrin syömään, liikkumaan ja purkamaan stressiä (meditatiiviset toimet sekä aikaa itselle, ystäville, perheelle, parisuhteelle, vapaaehtoistyölle, yms) säännöllisesti.

Liikunta 3 krt viikossa, puhdas ruoka, aktiivinen elämä on minun elämän tapa.

Harrastan aktiivisesti kuntosalilla käyntiä (5 kertaa viikossa), noudatan terveellistä ja paljon proteiinia sisältävää ruokavaliota. Käytän alkoholia lähinnä satunnaisesti esimerkiksi saunajuomana tai ruokajuomana (juhlit kuten uusivuosi, vappu, juhannus jne. tulee juotua enemmän alkoholia). Viiniä juon seurustelumielessä lasin tai kaksi kuukaudessa. En polta tupakkaa.

liikun ja syön terveellisesti

Suht. terveelliset pl. Nuuska.

Elämäntavat rytmitetty lähes täysin suorituskyvyn maksimoimiseksi. Käyn salilla 4-5 krt viikossa. En käytä päihteitä ja ruokavalioni on monipuolinen ja kalorin tarkkuudella laskettu.

Ovatko lisäravinteet ja superfoodit oikeasti niin terveellisiä kuin sanotaan? Lehtijuttuja ollut siitä, kun menee näiden käyttö yli ja sitten on pahimmallaan lopunelämän suolisto-ongelmat. Onko "paasto" oikeasti osa terveellistä elämäntapaa? Mielestäni hyvät ja terveelliset elämäntavat ovat riittävä liikunta ja säännöllinen ja terveellinen syöminen. Se, että ruokavalio on terveellinen ei vaadi maapallon toiselta puolelta tuotuja erikoismarjoja, suoloja tai jauheita (ihan jo ekologisuus, haloo!).

ei

Tupakoin. Käytän alkoholia kerran kuussa.

Yritän elää suht terveellisesti

Elämäntapani ovat kohtuullisen terveelliset, harrastan säännöllisesti liikuntaa sekä kuntosalilla että lenkkeillen, syön hyvin, enkä polta tupakkaa tai käytä alkoholia paljon (max. 2 annosta per viikko, yleensä viinilasillisen tai gin & tonicin muodossa, kuitenkin yleensä vain 1 annos kerran kahteen viikkoon).

Suhteellisen terveelliset. Syön terveellisesti ja liikun, ajoittain juon alkoholia.

Syön terveellisesti, en tupakoi, juon alkoholia harvoin, liikun paljon, en syö punaista lihaa tai käytä maitotuotteita

Paasto

Ovat. Pysin välttämään turhaa sokerin ja suolan käyttöä. Lisäksi pyrin monipuoliseen urheiluun ja sen taustalla syömään terveellisesti.

Poltan tupakkaa, alkoholia käytän todella harvoin (jos ei satunnaista/yksittäistä saunajuomaa lasketa). Liikun monta kertaa viikossa, esimerkkinä jääkiekko, kuntosali, lenkit. Käyn verikokeissa säännöllisin väliajoin nähdäkseni onko arvoni normaalit. Välillä olen ollut dieetillä, mutta nyt mennään ihan elämäntapamuutoksen kautta. Ruokavaliossani on parantamisen varaa, joskus paljon, joskus vähemmän.

Harrastan kestävyysjuoksua 3 kertaa viikossa ja salilla käyn 3-5 kertaa viikossa. Nukun ehkä hieman liian vähän, mutta se on korvattavissa viikonloppuisin. En polta tupakkaa, nuuskaa todella satunnaisesti ja alkoholia myös satunnaisesti. Salitreeneini muutin viime viikolla kestävyyspainotteiseksi, sen ollen pari kuukautta lihasmassalähtöistä.

Salilla tulee käytyä 4-5 kertaa viikkoon. Lisäksi harrastan aktiivisesti frisbeegolfia ja agilityä.

Harrastan aktiiviliikuntaa lähes päivittäin. Alkoholia käytän pari kertaa kuussa, mutta muita päihteitä en käytä.

Harrastan kehonrakennusta -> ei tupakkaa, alkoholia ja rasvaisia ruokia. Olen kokeillut pätkäpaastoa ja se toimii pitkän dieetin jälkeiseen nälänhallintaan oikein hyvin.

Ovat, liikun syön ja nukun säännöllisesti, en tupakoi ja käytän alkoholia harvoin, noin kerran kuukaudessa/kahdessa.

Ovat suhteellisen terveellisiä. Harrastan liikuntaa säännöllisesti useita kertoja viikossa, en juo enkä polta. Seuraan erilaisia ravintotrendejä lähinnä mielenkiinnolla ja koitan etsiä näille tieteellistä näyttöä. Jotain kokeiluja olen huomannut omallakin kohdalla toimiviksi lyhyellä aikavälillä esim Atkinsin dieetti / hiilihydraattitietoinen syöminen. Käytän lisäravinteita täyttämään ruokavaliotani tarvittaessa.

Koen muut elämäntapani terveellisinä ja ajoittain kokeilen erilaisia uusia juttuja. Harrastan paljon liikuntaa, en polta ja juon vähän

En tupakoi, alkoholia harvoin, liikun paljon

Ovat, tarkkailen ruokavaliota (gluteeniton, fodmap) ja urheilen 5-6 kertaa viikossa. Juon alkoholia satunnaisesti, en polta.

Mielestäni elämäntapani ovat kohtuullisen terveelliset, alkoholin kulutus tosin on ajoittain runsasta.

Liikun säännöllisesti

Kasviksia, hedelmiä ja marjoja ruokavaliossa.

En käytä päihteitä ollenkaan, liikuntaa 5-7 kertaa viikossa, salia ja aerobista.

Urheilen aktiivisesti, en polta ja juon erittäin harvoin. Syön pääsääntöisesti puhdasta ruokaa, joka tukee kuntosaliharrastustani. En ole paastonnut koskaan, dieetannut olen kerran -5kg. käyn noin 4 kertaa viikossa kuntosalilla, lisäksi pyrin käymään lenkillä vähintään pari kertaa viikossa+säännöllinen, terveellinen ruokavalio

En polta, välillä käytän alkoholia. Yritän syödä terveellisesti kasvispainotteisesti

Kuntosali, palloilu

Käyn salilla n. 3 kertaa viikossa ja sen lisäksi lenkkeilen. Käytän alkoholia satunnaisesti, tupakoin alkoholin käytön yhteydessä joskus.

En harrasta avantouintia, en ole paastonnut. Käyn aktiivisesti verikokeissa pitkäaikaissairauden takia. En tupakoi ja käytän alkoholia melko vähän.

tupakoin. Harrastan juoksua, joogaa, lihastreeniä.

Elämäntavat suurin piirtein terveelliset, treenaan, en polta tupakkaa ja alkoholiakin nautin hyvin harvoin.

Suht terveelliset elämäntavat

Ei mikään terveellisin, joskin tupakat, humeet ja vastaavat eivät kuulu elämään

En tupakoi, enkä käytä alkoholia juurikaan. En juo kahvia, juon vihreää teetä.

Kyllä mielestäni. Liikun paljon,syön melko terveellisesti, en tupakoi, käytän vähän alkoholia ja nukun hyvin, sekä oleskelen paljon luonnossa.

Muu (109)